

- недостаток теоретических знаний использования BTL-инструментов;
- низкая квалификация персонала.

Выводы. BTL мероприятия дают возможность установить прямой контакт и обратную связь с потребителями, оказывают положительное влияние на имидж компании, что способствует формированию позитивного эмоционального настроения, который в сознании потребителя будет ассоциироваться с названием компании или бренда. BTL-технологии за счёт своей гибкости и разнообразия инструментов могут прекрасно дополнять стандартные методы рекламы, повышая тем самым ее эффективность. Данную технологию можно использовать как наряду с ATL-рекламой так и отдельно, для повышения известности компании, повышения лояльности среди клиентов и привлечения внимания новых потребителей.

Перечень ссылок.

1. BTL /ATL [Электронный ресурс]: Режим доступа: http://www.life-prog.ru/1_2316_BTL-ATL.html
2. Бернетт Дж., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации интегрированный подход. / Дж. Бернетт, С. Мориарти; перевод с англ. под ред. С. Г. Божук. – СПб.: Питер, 2001. – 864 с.
3. BTL. Классификация услуг. По ту сторону черты. Классификация услуг в области непрямой рекламы [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://propel.ru/pub/btl.php>
4. Sales promotion (Стимулирование сбыта) [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://apst.ru/studio/base/advertising/adv-types/sales-promotion/>
5. Международная ассоциация маркетинговых инициатив [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.mami.org.ua/news/mami-news/9309>
6. Продакт-плейсмент [Электронный ресурс]: Режим доступа: http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_p/abc_product-placement/
7. BTL как форма продвижения рекламного объекта [Электронный ресурс]: Режим доступа: http://www.socrekлама.ru/analytics/list.php?ELEMENT_ID=5017&SECTION_ID=122
8. Березкина О.В. Product Placement. Технология скрытой рекламы. / О.В.Березкина. – СПб.: Питер, 2009. – 229с.
9. Романцов А.Н. Event-маркетинг. Сущность и особенности организации / А.Н. Романцов – М.: Дашков и К., 2009. – 116 с.

*Статья надійшла: 12.03.2014 р.
Рецензент: д.е.н., проф. Горелов Д.О.*

УДК 339.13:330.341.1(477)
Н 390

ІННОВАЦІЙНІ АСПЕКТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ СОЦІАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Більська О.В., канд. екон. наук

Дніпропетровський національний університет ім. О. Гончара

Анотація. У даній статті розглядається проблема посилення конкурентоздатності підприємницької діяльності в національній економіці, в якій водночас здійснюються заходи по дотриманню соціальної зорієнтованості у розвитку і реалізується інноваційна модель забезпечення суспільної динаміки. Автор висуває гіпотезу з приводу того, що в таких особливих умовах підтримання суспільного поступу слід відійти від стереотипу сприйняття інновацій виключно в техніко-технологічному контексті і перейти в площину тлумачення їх сутності у більш розширену площину. В цьому контексті обґрунтовується позиція щодо перебору на себе такої місії децю іншою категорією інновування, а саме соціальними інноваціями. На основі аналізу становлення підходів, за якими науковцями тлумачиться сутність соціальних інновацій в статті виокремлено деструктивні аспекти таких думок і запропоновано їх авторську концепцію. Особлива увага в процесі формування останньої автором приділена обґрунтуванню продукту діяльності соціальної держави, в якості якого виділено соціальність. Керуючись методологічною прив'язкою до саме подібного результату соціально-орієнтованого розвитку, в дослідженні здійснено діагностику стратегії і наслідків виробничо-господарської діяльності продуцентів економіки. На основі опрацювання офіційного статистичного матеріалу, а також залучення порогових значень ресурсовикористання, напрацьованих практикою розвинених країн, автором розкриваються на достатньо аргументованих моделях хибні підходи підприємців до формування результату виробництва, які зводять нанівець потенційно наявні в економіці конкурентні переваги і зроблена спроба оцінити обсяги втраченого при цьому ефекту. Квінтесенцією роботи є пропозиція щодо зміни об'єкту оподаткування, а саме прибутку на собівартість. Стаття підводить ризику під подібним процесом інновування в спектрі об'єктів оподаткування і започатковує, на погляд автора, шлях до формування адаптаційних спроможностей підприємництва в контексті формування конкурентних переваг і його

становлення в якості повноцінного суб'єкта конкурентоспроможності. Такий погляд буде цікавим фахівцям в області формування сприятливого підприємницького середовища в частині забезпечення конкурентних спроможностей власними фінансовими ресурсами.

Ключові слова: конкурентоспроможність, проблеми, інновавання, концепція, господарювання, суперечності, новації удосконалення.

Постановка проблеми. Основним імперативом діяльності будь-якого суб'єкта господарювання незалежно від національного чи то міжнародного рівня є формування ним спроможностей до виготовлення продукції, яка за споживчими характеристиками була б більш привабливою для споживачів порівняно з конкурентами. За складеними в суспільстві підходами базовим предметом конкуренції виступає товар, який забезпечує взаємозв'язок між підприємствами та його споживачами як результату виробництва. Проте реально він є пасивним об'єктом конкуренції і в більшій мірі постає інструментальним засобом забезпечення певного стану продуцента на відповідному товарному ринку, який ідентифікують з конкурентоспроможністю підприємства.

Проблема спроможностей підприємства до постійної переорієнтації виробництва в нестабільній економіці щодо утримання товару у відповідній ринковій ніші з самого початку проголошення незалежності України перебувала і перебуває у центрі уваги урядовців та практиків, а також вчених оскільки якість її розуміння й здійснених оцінок відповідно складеним економічним реаліям суттєво позначається на ґрунтовності управлінських рішень на всіх рівнях економіки щодо забезпечення різноманітності структури ринкового попиту. Подібна увага до питань пошуку конкурентних переваг сприяла унормуванню підходів до визначення природи конкурентоспроможності товарів і продуцентів, систематизації напрямків формування сукупності конкурентних характеристик та умов, реалізації конкурентних стратегій і розгортанню дій по забезпеченню виробників необхідною інформацією.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Природно, що складові конкурентоспроможності безпосередніх виробників та деякі акценти щодо споживання національних та імпортованих товарів досліджували класики економічної теорії, а саме А. Сміт, Д. Рікардо, Й. Шумпетер. Достатній внесок у розробленість ряду актуальних аспектів щодо змін парадигми конкуренції та пошуку конкурентних переваг в умовах рідкості ресурсів внесли й такі зарубіжні вчені як Е. Вогель, Е. Ворнер, П. Друкер, Р. Ербе, П. Кругман, Б. Олін, М. Портер, Д. Сакс, Р. Солоу, Дж. Харт, Е. Хекшер і ін.

Є необхідність виокремити і вклад російських вчених, перед якими з розпадом бувшого СРСР поставили питання відновлення, підтримання й розвитку міжнародної конкурентоспроможності національної економіки. Серед них у всій величчї постають праці М. Гельвановського, О. Горбашко, С. Ємельянова, О. Селезньова, І. Трофимова, Р. Фатхутдінова та багатьох інших.

Наукові розвідки в контексті суперечностей забезпечення індивідуальної конкурентоспроможності та рамкових умов макроекономічної політики підтримання комплексу параметрів конкурентоспроможності продукції і товаровиробників здійснені і вітчизняними вченими, зокрема, Ю. Бажалом, Я. Базилюком, І. Білецькою, О. Білорусом, Б. Губським, А. Кузьмінім, Ю. Мацейко, О. Шнипко, Л. Яковенко та іншими.

Визнаючи наукову та практичну значущість досліджень, проведених представленими і іншими вченими, слід констатувати, що життя з переходом у систему координат ХХІ століття ставить більш посилені вимоги в аспекті забезпечення не просто більш прийнятних характеристик конкурентної спроможності товарів та створення умов для розвитку національного товаровиробництва, а конкурентоспроможності не тільки і не скільки у межах ринкового простору, як у площині необхідності перебору соціальними цінностями на себе регулятивної функції в соціально-економічному розвитку.

Невирішені складові загальної проблеми. Відповідь на цей складний і поки що належним чином не осмислений імператив полягає мабуть у відмові від стереотипу спрямування наукових досліджень і практичних дій на підтримання конкурентоспроможності конкретних видів продукції та формування привабливого середовища для залучення іноземних інвестицій в умовах політичного контролю бюрократії, домінування олігархії, зловживання податковими і кредитними стимулами, дешевизни робочої сили, дестабілізації економіки, девальвації чинників зростання, непрогнозованості розвитку ситуації не тільки на національному, а й міжнародному ринку. Беззаперечним є факт того, що конкурентоспроможність національної підприємницької діяльності виявляється у процесі міжнародних економічних відносин. Проте парадигма функціонування національної економіки пов'язується не з зовнішніми суто інструментальними, забезпечуючими діями, а з внутрішніми цілями, зміст яких зводиться до зростання зайнятості, доходів і урешті-решт підвищення матеріального добробуту. До того ж, проблему забезпечення конкурентоспроможності ускладнює не тільки вимога дотримання соціальної зорієнтованості, а й необхідність переходу на інноваційну модель соціально-економічного розвитку. Між тим при врахуванні ролі інноваційних чинників в забезпеченні конкурентоспроможності науковці і практики абстрагуються від домінантності соціального, а слід і від політики адекватної часу модернізації виробництва.

Формулювання цілей статті. Керуючись припущенням, за яким поєднання вимог соціалізації економіки і її масштабного інновавання у вирішенні питань підвищення конкурентних позицій національного

виробництва можливе за умови перенесення уваги з конкурентоспроможності товару на інноваційні спроможності підприємств, ми поставили за мету даного дослідження відтворення реалій та виокремлення сфер відновлення потенцій формування конкурентних переваг на базі розгортання інноваційної діяльності. В руслі поставленої мети до вирішення були поставлені такі завдання як концептуалізація сутності інновацій у більш поширеному плані соціального спрямування, визначення деструктивних аспектів в здійсненні продуктивної діяльності суб'єктами підприємництва щодо досягнення конкурентних позицій та обґрунтуванні пропозицій щодо формування у них спроможностей до модернізації виробництва на основі самофінансування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Втілення моделі інноваційного оновлення економіки країни в умовах вичерпності можливостей екстенсивного соціально-економічного розвитку є ключем вирішення багатьох викликів сьогодення в тому числі і щодо забезпечення конкурентних переваг. В цілому інновації в цілому та процеси інновування не є новими категоріями для науки. Проте сучасні умови, в яких здійснюється соціальна конверсія економіки, ставлять питання щодо зміни звуженого уявлення про зміст, природу і спрямованість інновацій. Все таки мірилом суспільного поступу є набуття людиною статусу першооснови суспільного співжиття і саме у цьому напрямку має проходити соціалізація інноваційної економіки.

Є всі підстави вважати, що проектування формули інновування з соціальним підтекстом можливе не на підставі суто об'єднуючої логіки понять «соціальний» та «інновації», а виключно на прикладному аспекті тобто прив'язці до проблеми набуття підприємницькою діяльністю конкурентних переваг і їх розгляді як єдиної категорії в забезпеченні цивілізаційного поступу.

На сьогодні склалися декілька наукових течій щодо тлумачення категорії «соціальні інновації». Зокрема, аспірантка Сумського державного університету Н. Летуновська вважає соціальні інновації процесом «...виникнення нових методів та технологій, форм соціальних відносин, які сприяють покращанню ефективності суспільної соціальної політики» [1, с. 1].

У одному зі словників соціальні інновації тлумачаться як «...різновид інновацій за сферою застосування...що спрямовані на поліпшення умов праці, вирішення проблем охорони здоров'я, освіти, культури» [2].

Співробітник Харківського національного університету імені В. Каразіна Є. Кучко визначає соціальними ті інновації, які спрямовані на «...поліпшення якості життя населення та стимулювання соціальної динаміки» [3, с. 28].

Майже у такому ж ракурсі надається визначення соціальних інновацій і вченими інших країн. Так, білоруський вчений Є. М. Бабосов визначає соціальні інновації як «...втілення в нових технологіях і технічних новаціях, нових видах продукції і послуг новацій, які сприяють удосконаленню соціальних процесів і управління ними» [4, с. 384].

Російський соціолог М. Басов тлумачить «соціальні інновації» як «...нововведення в соціальній сфері, що сприяють вирішенню суперечностей, які виникають за умов неоднорідного та нестабільного суспільного розвитку, співіснування різних аксіологічних систем, посилення процесів соціальної мобільності» [5, с. 187].

Словенська дослідниця Д. Завіршек пропонує сприймати соціальні інновації як «...нововведення у соціальній роботі...» спроможні «...через перетворення певних соціальних реалій викликати зміни у відносинах влади та розподілі ресурсів» [6, с. 14].

За логікою української вченої Л. І. Федулової до соціальних інновацій слід відносити «...нові методи, способи досягнення соціального результату відповідно цілей розвитку суспільства» [7, с. 73].

Польський соціолог Я. Щепанський розуміє під соціальними інноваціями «...серію явищ взаємодії людей один з одним..., що змінюють стосунки між людьми або відносини між складовими елементами спільноти» [8, с. 194].

Якщо бути об'єктивним щодо приведених формул соціальних інновацій, то вони несуть у собі певне інформаційне навантаження щодо спрямованості на досягнення загальної суспільної мети і, більш того, певною мірою відбивають суто цивілізаційні аспекти розвитку. Але маємо врахувати і інше. Соціалізаційні процеси породжують в часі і просторі нові моделі й зразки соціального облаштування суспільства, які за своїми характеристиками не вкладаються в відомі на сьогодні процеси інновування, в силу чого в проектні рішення щодо інноваційного наповнення процесу конкуренції з соціальним підтекстом закладаються принципові помилки та втрачається потенційно можливий ефект і знижується їх ефективність.

На нашу думку, сутність «соціальних інновацій» не зрозуміти без урахування логіки і змісту трансформаційних перетворень відповідно національної концепції розбудови держави з домінуванням у ній сфери соціальних відносин. Кожна з країн, що проводить конструктивну соціалізацію інноваційної економіки, вирізняється складом і структурою компонентів, що забезпечують соціальність, проводить соціальну політику за власною схемою і в економічно можливих для них межах. Це ствердження не викличе заперечень, оскільки в кожній з країн, навіть із порівняно високим рівнем розвитку, концентрується тільки властивий їм набір проблем, які можна і слід вирішити на базі соціальності. Виходячи з цієї надзвичайно важливої методологічної позиції, слід формалізувати й окреслити уявлення щодо особливостей реалізації соціальною державою «соціальності» в ринковому просторі України.

За сучасними мірками соціальність постає в іпостасі як процесу, так і результату гетерогенних відносин між людьми. Ми маємо на увазі існування суперечностей чи відмінностей у доходах та майновому стані. Розвиток суспільства в напрямку пом'якшення нерівності у розподілі доходів, притаманних ринковій економіці, послаблення суперечностей між учасниками виробничих процесів та запобігання соціальних конфліктів об'єктивно потребує від системи управління суспільною динамікою адекватної стратегії та заходів. І, оскільки, запропоновані формули «соціальних інновацій» не є ідентичними моделі формування і змін соціальності не видається можливим підпорядкувати їх реальним соціалізаційним процесам. Як наукова категорія «соціальні інновації», на наш погляд, відтворюють відносини між суб'єктами економіки з приводу проектування і впровадження інновацій у різні сфери національної економіки, які потенційно спроможні змінити на краще відповідно цивілізаційним стандартам соціальність у суспільстві.

Подібний більш поширений і конкретизований до український реалій концепт соціальних інновацій вимагає відповідної трансформації політичної, економічної та соціальної систем країни. Перш за все, той природний процес в якому функціонує будь-який суб'єкт господарювання закономірно з часом наповнюється певними гальмівними якостями і протиріччями в забезпеченні конкурентоспроможності, які стають сутяжними для нього й оіочуючих. Як протидію їм суб'єкт займає особливу позицію і прагне здійснити надбудову над ним, тобто сконструювати над природним процесом штучний, спрямований на більш плідні організуючі основи основних соціальних відносин.

Одним з таких явищ, яке стримує формування конкурентних переваг, а слід і не дозволяє рухатися в напрямку більш вагомих результатів виробництва, ми вважаємо стан з оновленням техніко-технологічної бази підприємництва. Так склалося, що впродовж 1990-2010 рр. коефіцієнт відновлення виробничих основних фондів зменшився з 6,1% до 1,8 % [9, с. 76; 10, с. 88]. Як наслідок, знос основних засобів досяг рівня у 74,9 %, що більше ніж удвічі перевищувало значення цього показника у 1990 р. [10, с. 90; 11, с. 235]. Мабуть такий стан основних фондів пояснює факт того, що тільки 0,4 % від загальної кількості підприємств впроваджували у 2012 р. технологічні новації [10, с. 316]. За стандартами розвинених країн рівень зносу основних виробничих засобів не може перевищувати 35,0 %, а частка суб'єктів підприємництва не може бути меншою за 50,0% [12, с. 467, 472]. Логічно ув'язати складену ситуацію щодо техніко-технологічної рецесії з джерелами фінансування техніко-технологічних змін у виробничому сегменті економіки. А склалося так, що, якщо у 1990 р. 77,3 % капітальних вкладень здійснювала держава, то у 2012 р. вже безпосередні продуценти фінансували 59,7 % потреб інноваційного характеру [9, с. 217; 10, с. 194]. Тоді закономірно виникає питання: чому при такій вагомій частці виділення суб'єктами бізнесу фінансових ресурсів на техніко-технічне оновлення виробництва і посилення тим самим потенцій до прояву конкурентоспроможності виникає проблема їх нестачі і які рішення інноваційного характеру слід було б запровадити?

Перш за все, це незначна частка їх взагалі, яка не перевищує 4,4 % від загальної вартості основних засобів [10, с. 85, 194]. При цьому, на нашу думку цілком можливе фізичне збільшення обсягів капіталовкладень за рахунок власних ресурсів підприємницьких структур. Такий оптимістичний висновок слідує з адаптивних якостей підприємництва до ринкових умов і формальної стратегії здійснення виробничо-господарської діяльності, які репрезентовані у табл. 1.

Згідно даних табл. 1 в створеному на національних теренах ринковому середовищі більше третини підприємств перманентно здійснювали діяльність в режимі збитку. Важко віднайти пояснення подібному результату функціонування ринково налаштованих підприємств тим більше, що сума збитків у порівнянних цінах зросла впродовж 2000-2012 рр. майже у 23,5 рази. Більш того, збитки підприємств перевершують сальдо фінансового результату.

Певною мірою стійкість існування і посилення домінування від'ємного результату господарювання над позитивними збутками віднаходить пояснення у нормі його врахування в процесі оподаткування. За п.150 Податкового кодексу України, «якщо результатом розрахунку об'єкта оподаткування платника податку з числа резидентів за підсумками податкового року є від'ємне значення, то сума такого від'ємного значення підлягає включенню до витрат першого календарного кварталу наступного податкового року. Розрахунок об'єкта оподаткування за наслідками півріччя, трьох кварталів та року здійснюється з урахуванням зазначеного від'ємного значення попереднього року у складі витрат таких податкових періодів наростаючим підсумком до повного погашення такого від'ємного значення» [16, с. 126]. Можна припустити і це підтверджують анонімні опитування менеджменту підприємств великого промислового регіону про позитиви господарювання зі «штучно» забезпеченими збитками.

Спробуємо пояснити висловлене припущення на простій моделі здійснення виробничо-господарського процесу, в якій максимально враховані всі можливі платежі в бюджет

$$(M + Пдв^1 + An + Mm) + (3n + Cв) + A + \dots = B \quad (1)$$

де: M – матеріально-сировинні і паливно-енергетичні затрати;

$Пдв^1$ – податок на додану вартість на закуплені M ;

An – акцизний податок;

Mm – мито;

Zn – заробітна плата до оподаткування;
 $Cв$ – єдиний соціальний внесок;
 A – амортизаційні відрахування;
 $I_е$ – інші витрати з виробництва і реалізації продукції;
 B – виручка.

Таблиця 1 – Динаміка результатів господарювання суб'єктів підприємництва у 2000-2012 рр.

Показники	Рік												
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Питома вага збиткових підприємств у їх загальній кількості, %	37,7	38,2	38,8	37,1	34,8	34,2	33,5	32,5	37,2	39,9	41,0	34,9	35,5
Сума збитків, млрд. грн													
у фактичних цінах	22,2	21,1	22,8	26,2	29,1	24,8	34,4	47,1	184,7	186,5	153,7	150,5	176,1
у порівнянних цінах 2012 р.	7,5	7,6	8,3	10,0	12,1	11,7	17,7	27,3	134,1	156,9	141,5	149,6	176,1
Темп росту суми збитків, %	100,0	101,3	110,7	133,3	161,3	156,0	236,0	364,0	1788	2092	1887	1995	2348
Фінансовий результат, млрд. грн	13,9	18,7	14,6	19,6	44,6	64,4	76,3	135,9	9,0	-42,4	58,3	122,2	101,9
Співвідношення суми збитків і фінансового результату	1,6	1,1	1,6	1,3	0,7	0,4	0,5	0,3	20,5	-	2,6	1,2	1,7

Складено і розраховано автором за даними [10, с. 64, 68; 13, с. 64; 14, с. 55, 57; 15, с. 59, 61]

Права частина рівняння (1) являє собою повну собівартість виготовленої і реалізованої продукції

$$Cв = (M + Пдв^1 + An + Mm) + (Zn + Cв) + A + I_е \quad (2)$$

Якщо від скоригованої на різницю $(Пдв^2 - Пдв^1)$ виручки вилучити $Cв$, то отримаємо прибуток до оподаткування $Пр_{он}$

$$[B - (Пдв^2 - Пдв^1)] - Cв = Пр_{он} \quad (3)$$

де: $Пдв^2$ – податок на додану вартість на виручку B .

Відомо, що оподаткуванню підпадає прибуток $Пр_{он}$. Тому всі дії по оптимізації обсягу податку на $Пр_{он}$ бізнесових структур знаходяться у площині забезпечення $[B - (Пдв^2 - Пдв^1)] < Cв$. Не потрібно відшукувати аргументи для того щоб виключити дії менеджменту по досягненню $[B - (Пдв^2 - Пдв^1)] < Cв$ через зростання Zn , $Cв$, A . Безальтернативним варіантом, виключаючим позитивні результати позапланових перевірок, є маніпуляція з матеріально-сировинними і паливно-енергетичними ресурсами. І дійсно за результатами проведених нами розрахунків, які узагальнені у табл. 2, по підприємствам мало місце необґрунтоване зростання M , відтворюване через матеріаломісткість і енергомісткість ВВП.

Таблиця 2 – Результати використання матеріально-сировинних і паливно-енергетичних ресурсів суб'єктами підприємництва у 2000-2012 рр.

Показники	Рік												
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Матеріаломісткість виробництва, %	61,0	60,8	60,1	60,2	61,4	61,0	59,9	59,4	60,2	59,3	60,0	61,3	62,0
Енергомісткість ВВП, кг.ум.п/дол.США	0,80	0,73	0,70	0,68	0,61	0,65	0,62	0,58	0,53	0,52	0,54	0,54	0,52

Складено і розраховано автором за даними [10, с. 33, 96; 17, с. 35]

Згідно даних табл.2 матеріаломісткість ВВП утримувалася менеджментом підприємств на рівні 60,5 %, а енергомісткість зменшилася з 0,80 до 0,52 кг.ум.п/дол.США. Водночас відомо, що у 1990 р. матеріаломісткість ВВП складала 52,5 %. І вже тоді за розрахунками ІМЕМВ АН СРСР в СРСР на одиницю кінцевої продукції споживалося у 1,6 рази більше сировини і матеріалів і в 2,1 рази більше енергії ніж в США [18, с. 36]. Щодо енергомісткості то у розвинених країнах світу, зокрема у Данії і Японії вона складає 0,11; у Великобританії – 0,14; у Німеччині і Франції – 0,18; у США – 0,21 [19]. Природно, що за такого рівня використання матеріальних ресурсів навіть при низькій вартості робочої сили продукція не буде конкурентоспроможною ні на внутрішньому, ні на зовнішньому ринках.

Ситуація з штучно створеною не конкурентоспроможністю вітчизняної продукції може залишатися перманентно стійкою стіль довго, якщо не розірвати новацією коло маніпулювання. Наша позиція полягає в необхідності зміни об'єкта оподаткування, а саме прибутку на собівартість. В прагненні до оптимізації податкових платежів можна прогнозувати зменшення собівартості на величину збитків і відповідне зростання прибутку. А це вже у перші роки додаткова сума фінансових ресурсів у 176 млрд грн.

Висновок. Отже, Україну роблять соціально неспроможною і слабкою в досягненні конкурентних позицій не стільки макроекономічна нестабільність, скільки низька якість суспільних інституцій та суттєві вади в політиці регулювання активності підприємницьких структур. Можливо, на перший погляд це видасться парадоксальним, але процес інновацій в спектрі об'єктів оподаткування започаткує, на наш погляд, шлях до формування адаптаційних спроможностей підприємництва до формування конкурентних переваг і його становлення в якості повноцінного суб'єкта конкурентоспроможності. Відтак на часі конструювання і запровадження інновацій спроможних змінити поведінку управлінського персоналу щодо соціальної ціни досягнення результату господарювання. Звідси саме реформування інституційного середовища закладає базу до підвищення конкурентоспроможності України.

Перелік посилань.

1. **Летуновська Н. Є.** Роль соціальних інновацій у діяльності вітчизняних підприємств / Н.Є. Летуновська [Електронний ресурс] - Режим доступу: [http:// es-suir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/31164/1/letynovska.pdf](http://es-suir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/31164/1/letynovska.pdf)

2. **Словарь инновационных терминов** [Электронный ресурс] - Режим доступу: // [http:// www.pfo-perm.ru/Dictionary.asp#s12](http://www.pfo-perm.ru/Dictionary.asp#s12)

3. **Кучко Е. Е.** Социальные инновации: подходы к определению и классификации / Е.Е. Кучко // Вісник Харківського національного університету імені В.Н.Каразіна. Серія: Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи. - № 941.- 2011. – С. 27-33

4. **Бабосов Е. М.** Основные направления инновационного развития в социальной сфере Республики Беларусь / Е.М. Бабосов // Наука – инновационному развитию общества: мат. Междунар. научно-практ. конференции, Минск, 22-23 января 2009/ редкол. М. Мясникович и др.- Минск: Белорусская наука, 2009. – С.384-388

5. **Басов Н. В.** Инновация как фактор социальной самоорганизации: процессуально-пространственное моделирование / Н.В.Басов // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2008. – Т.ХІ.- № 4.- С. 185-203

6. **Zaviršek. D.** Social Innovations. A New Paradigm in Central European Social Work // Perspectives in Social Work.– 1995.- September– Vol. 1.- S. 145-148

7. **Федулова Л. І.** Соціальні інновації в системі соціально-економічних відносин [Електронний ресурс] - Режим доступу: // [http:// archive.nbuv.gov.ua/ portal/soc_gum/usoc/2008_3/60-74.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/usoc/2008_3/60-74.pdf)

8. **Щепанский Я.** Элементарные понятия социологии / Я. Щепанский. – Новосибирск: 1967.- 214 с.

9. **Народне господарство України у 1993 році : стат. щоріч. / М-во статистики України ; відп. за вип. В. В. Самченко. – К. : Техніка, 1994. – 494 с.**

10. Статистичний щорічник України за 2012 рік / Державна служба статистики України; За ред. О.Г. Осауленка – К.: ТОВ «Август Трейд», 2013. – 551 с.
11. Послання Президента України до Верховної Ради України про внутрішнє і зовнішнє становище України у 2000 році. – К.: ІВЦ Держкомстату України, 2001. – 404 с.
12. Желюк Т. Л. Управління довгостроковим розвитком національної економіки: методологічні та прикладні аспекти : монографія / Т.Л. Желюк. – Тернопіль: Економічна думка ТНЕУ, 2010. – 512 с.
13. Статистичний щорічник України за 2004 рік / Держкомстат України; За ред. О. Г.Осауленка. – К. : Консультант, 2005. – 590 с.
14. Статистичний щорічник України за 2006 рік / Держкомстат України; За ред. О. Г.Осауленка. – К. : Консультант, 2007. – 551 с.
15. Статистичний щорічник України за 2009 рік / Держкомстат України; За ред. О. Г. Осауленка. – К. : Держаналітінформ, 2010. – 566 с.
16. Податковий кодекс України. – К.: ДП «ІВЦ ДПА України», 2010. – 336 с.
17. Статистичний щорічник України за 2002 рік / Держкомстат України; За ред. О. Г. Осауленка – К. : Консультант, 2003. – 662 с.
18. Европа и Россия: опыт экономических преобразований : научное издание / Редкол. В. М. Кудров (отв. ред). [и др.]. – М. : Наука, 1996. – 480 с.
19. Regional Indicators: European Union (EU) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.eia.doe.gov/emeu/cabs/euro.html>

Стаття надійшла: 28.02.2014 р.
Рецензент: д.е.н., проф. Дмитрієв І.А.

УДК 658.65.012.3
О 150

ФОРМУВАННЯ ПРОЦЕСУ ГЕНЕРУВАННЯ ІДЕЙ ІННОВАЦІЙНО-АКТИВНИМ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Василичев Д.В., канд. екон. наук, доцент

Запорізький національний технічний університет

Цвілій С.М., канд. екон. наук, доцент

Запорізький інститут економіки та інформаційних технологій

Анотація. Розкрито проблеми функціонування системи інноваційного розвитку персоналу підприємства. Визначено зміст процесу інноваційного розвитку персоналу та в цілому підприємства. Проведено аналіз взаємозв'язку між індивідуальним трудовим потенціалом підприємства та його інноваційним мисленням, в якому виявлено, що інноваційне мислення є не у кожного працівника. Однак, розвиток новаторської та інноваційної складової мислення працівників може бути мотивовано за рахунок проведення індивідуальних і групових тренінгів, а також за рахунок саморозвитку особистості. Представлено набір найбільш розповсюджених методів зупинки інноваційних процесів. Запропоновано кроки розуміння інноваційної стратегії розвитку персоналу підприємств, які включають такі етапи, як обговорення питання про те, як тлумачиться в організації само поняття інновацій; розробку декларації про розуміння інновацій; розробку інноваційної стратегії, яка дозволить об'єднати всі всілякі інноваційні зусилля організації і підтримати загальну орієнтацію на інновації; доведення до загального висновку про те, що інновації складають мету організації і що розвиток кожного з її співробітників як персонально, так і організаційних інноваційних здібностей, що буде всебічно заохочено. Визначено, що одним з важливіших умов успіху нововведень є наявність інноватору, ентузіасту, який захвачений новою ідеєю та готовий прикласти максимум зусиль, для впровадження її до життя. Представлено одне з напрямів інноваційного розвитку персоналу - інноваційний клімат як частина загальної організаційної культури підприємства.

Ключові слова: трудовий потенціал, конкурентоспроможність підприємства, інноваційна діяльність, зупинка інноваційних процесів, саморозвиток працівника, інноваційне мислення.

Постановка проблеми. В сучасних умовах господарювання конкурентоздатність підприємства визначається великою кількістю чинників. Одним з чинників, який сприяє розвитку підприємства та виходу його на новий рівень, є наявність значного трудового потенціалу. Його якість, ефективне використання та управління повинно забезпечуватись за рахунок програм інноваційного розвитку персоналу.

Так, все більшого значення набувають питання вибору вискооефективного обладнання, мінімізації витрат на сировину та економії енергоносіїв, більш ефективного використання персоналу підприємств. Але впровадження інноваційних процесів неможливе без висококваліфікованого персоналу з достатнім рівнем інноваційної активності. Останнім часом підприємства все більше уваги приділяють таким поняттям, як якість персоналу, конкурентоздатність персоналу, рівень трудового потенціалу, інноваційне мислення пра-