

ІННОВАЦІЙНІ РІШЕННЯ В УПРАВЛІННІ ОСНОВНИМ І ОБОРОТНИМ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМТВА В УМОВАХ ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІКИ ЗНАТЬ

Доведено необхідність застосування інноваційних рішень в управлінні активами підприємства в умовах становлення економіки знань для зміцнення конкурентних переваг підприємства. Визначено характерні якісні зміни на різних рівнях управління економікою при ефективному практичному використанні інтелектуально-креативних ресурсів. Приведено результати апробації математичних моделей для оцінювання еластичності факторів виробництва на прикладі інструментальних заводів.

The article proves the necessity of application of new approaches to asset management companies in becoming a knowledge economy to strengthen competitive advantage. Characteristic qualitative changes at different levels of economic management in the effective practical use of intellectual and creative resources were distinguished. The results of testing of mathematical models of the example tool plants to assess the elasticity of production factors were shown.

Ключові слова: інноваційні рішення, економіка знань, управління активами підприємства, інтелектуально-креативні ресурси.

Keywords: innovative solutions, knowledge economy, enterprise asset management, intellectual and creative resources.

Ефективна трансформація витрат у будь-який тип вартості (економічної, ринкової, споживчої, інвестиційної тощо) передбачає формування раціональної структури основного та оборотного капіталу, адекватну організаційну та інформаційну технологію і високі професійні знання всіх учасників створення споживчої цінності з налагодженою структурою відносин у сферах постачання, виробництва й обміну результатів (проміжних чи кінцевих) з іншими учасниками спільної діяльності і ринкового господарства.

Сьогодні можемо відзначити, що понад 20 років сферою управління економікою і виробництвом не охоплені суттєві важелі інституційного інноваційного середовища, де відбувається становлення і розвиток інтелектуального капіталу, мережевого маркетингу, електронної торгівлі, тобто у сфері, де формується новий соціально-економічний простір вартісно-ціннісних відносин виробників і клієнтів для відтворення основного капіталу та раціоналізації структури оборотного капіталу.

Основні параметри бізнес-моделі розвитку підприємства мають бути еластичними до змін у зовнішньому оточенні, а індикатори фінансово-економічного, соціального та екологічного становища функціонування виробника, як учасника створення доданої вартості, мають бути адекватними жорстким вимогам цільових споживачів – як внутрішніх, так і зовнішніх – проміжних і кінцевих.

Жорсткі умови виробництва в умовах кризи вимагають при визначенні пріоритетів діяльності зосередженості маркетингового менеджменту на перерозподілі корпоративних ресурсів, в тому числі інтелектуально-інноваційних. Незворотна інфляція обмежує бажання інвесторів вкладати кошти у виробництво, проекти із маркетингових досліджень та екологічні технології, у зв'язку з чим затягується в часі діловий цикл відтворення капіталу і життєвий цикл товару (ЖЦТ), що знижує суспільну цінність підприємства як господарського блага та учасника ринкових відносин. У багатьох сферах діяльності через нестабільну ситуацію в країні і високі валютні й політичні ризики значно зріс «вступний внесок» для нових гравців ринкового середовища, що вимагає здобування нових конкурентних довготривалих переваг, в тому числі у сфері операційної, фінансової та маркетингової діяльності.

Метою статті є наукове доведення необхідності розроблення інноваційних рішень в управлінні активами підприємства, які мають узгоджуватися із загальною стратегією розвитку підприємницької структури у контексті розвитку економіки знань, а також виявлення можливостей практичного використання математичних моделей в управлінні факторами виробництва шляхом їх апробації на емпіричних даних інструментальних заводів.

Високотехнологічні компанії в Японії, США, Великобританії, Німеччині та в інших країнах інтегрували свої національні та зовнішньоекономічні відносини з принципами інноваційного менеджменту і логістики, а маркетинг інновацій відрізняється тісним зв'язком з кругообігом основного і оборотного капіталу, що й визначило високий попит на передінвестиційні маркетингові дослідження стосовно ринкової кон'юнктури. Результати подібних досліджень органічно «вбудувались» в основні змінні моделей експорту та імпорту, визначаючи вектори міжнародного бізнесу, напрями його реструктуризації, міграції виробничого, людського та фінансового капіталів, перекваліфікації працівників з метою послаблення соціальних криз під тиском основних гравців ринку. Ці процеси змінили сутність таких понять, як виробничий капітал, капітал клієнта, фінансовий капітал, партнерський і соціальний маркетинг, глобальна логістика, інтелектуальна система та економіка.

Проте, як показують статистичні дані щодо розвитку зовнішньої торгівлі України з країнами ЄС [1], за 9 місяців 2011 р. мало місце зростання імпорту машин, обладнання та механізмів на 59,3% (порівняно з аналогічним періодом 2010 р.), у тому числі електротехнічного обладнання на 85,4% (експорту – лише на 3%). Знецінення робочих місць при високому рівні зношеності устаткування (для прикладу, у ПАТ «Конвеєр» – до 80%) неминуче призведе до: порушення принципів інноваційного маркетингу і менеджменту на всіх рівнях економіки; розбалансування основного і оборотного капіталу, активів і пасивів товаровиробників; звуження ступенів економічної і технологічної свободи при незабезпеченості інноваційного продукту; наростаючої динаміки внутрішніх та зовнішніх трансакційних витрат, пов'язаних із зміною умов контрактів чи їх повним призупиненням,

необхідністю подолання опору монополістів, основних акціонерів-інвесторів, зростаючими витратами на пошук нових форм взаємодії ділових партнерів, пролонгуванням банківських кредитів на поповнення обігових коштів та оновлення основного капіталу, подорожчанням послуг кредитно-інвестиційних установ при високих ризиках нестабільної української економіки; необхідності додаткового інвестування маркетингових досліджень закордонних ринків і проектного менеджменту; зміни просторово-часової, цінової та нецінової систем координат у міжнародних бізнес-планах. Так, за результатами дослідження McKinsey, проведеного у серпні 2009 р. серед 1920 компаній, які належать до різних сфер економічної діяльності та різних регіонів, 80% респондентів найбільш популярними заходами у боротьбі із кризою вважали скорочення витрат на робочу силу. Друге місце серед найбільш популярних заходів посідала реструктуризація бізнесу (45% компаній) і лише третє місце – скорочення капіталовкладень та інвестиційних проектів [2].

Як показує закордонний досвід, не менш популярними є стратегічні рішення щодо консолідації виробничих і науково-дослідних структурних підрозділів. Про це оголосила японська компанія «Hitachi Global Storage Technologies», яка визначила зазначений захід основною ініціативою в рамках проекту щодо забезпечення прибутковості бізнесу, в результаті чого очікується заощадити близько 300 млн. дол. у найближчі 5 років завдяки оптимізації операційної діяльності і поетапному створенню спеціалізованих «центрів компетенції». Це супроводжуватиметься подальшою модернізацією заводів в Азії, Японії, Мексиці, Таїланді, на Філіппінах та вивільненням більше 10% працівників (із загальної кількості 40 тис. штатних працівників у різних регіонах світу). У 2011 р. «Western Digital», придбавши «Hitachi Global Storage Technologies» – підрозділ компанії «Hitachi», вийшла на перше місце у світі з виробництва жорстких дисків [3], а її виробничі потужності розташовані в Малайзії і Таїланді, проектно-конструкторські центри – в Південній і Північній Каліфорнії, а підрозділи збуту – в безлічі країн світу.

Неспроможністю ефективно організувати диверсифікований бізнес на засадах інноваційних рішень та некерованістю процесів зростання інших операційних та адміністративних витрат при спадаючих обсягах продаж можна, зокрема, пояснити стрімке збільшення обсягів аутсорсингу – щорічно на 25–30%. Глобальна потреба у відповідних послугах становить більш ніж \$ 60 млрд. на рік. За оцінками незалежних експертів, внесок до цієї суми суб'єктів господарювання України, яка належить до першої десятки країн-постачальників послуг аутсорсингу, де задіяно більш ніж 20 тис. вітчизняних спеціалістів, становить приблизно \$ 500 млн. (переважно, це аутсорсинг ІТ-послуг, маркетинг аутсорсингових процесів, офшорний аутсорсинговий бізнес).

Застарілі технологічні уклади, як зазначає В. Білоусов [4], не спричиняють позитивного впливу на якість життя, а їх заміщення новими технологіями чи некапіталомісткими виробництвами часто супроводжується знеціненням капіталу [5; 6], вкладанням доходів у фінансово-спекулятивні операції на фінансових ринках. Це руйнує фундаментальні принципи забезпечення пропорційності в структурі реальних та фінансових активів підприємства, а також основного та оборотного капіталу, що відображається у стійкій тенденції вимивання реальних активів навіть на підприємствах, які є монополістами на певних товарних ринках.

Показовими для ілюстрації фундаментальної зміни цільових орієнтирів щодо управління капіталом і процесами формування вартості є новостворені логістичні центри і маркетингові мережі.

Необхідність розроблення інноваційних рішень у управлінні капіталом є очевидною і для українських підприємств машино- і приладобудування, які відчують тиск конкурентного середовища і зростаючих витрат на адаптацію бізнесу, що змінює пропорції між основними та іншими операційними витратами, логістичними і маркетинговими витратами, трансформує технологію взаємодії основного й оборотного капіталу та актуалізує інноваційні рішення у напрямі формування привабливості інтелектуальних систем на високотехнологічних ринках.

Сучасні прогресивні компанії, діяльність яких базується на знаннях, розгортаючи свій міжнародний бізнес, можуть обходитися без багатьох традиційних активів, вивільнюючи кошти для стратегічного інноваційного розвитку, інвестування рішень з маркетингу і логістики, своєчасного переходу на нові джерела формування вартості.

В останнє десятиріччя посилюється тенденція розширення масштабу впровадження електронної комерції [7], особливо продаж електроніки, побутової техніки та мобільних телефонів, що уможливило суттєве скорочення запасів у торговельному і виробничому секторах, зменшення кількості посередників і, відповідно, зниження роздрібних цін на готову продукцію, скорочує цикл оборотного капіталу. За підрахунками інвестиційної компанії «Goldman Sachs», економія витрат у результаті здійснення електронної комерції може становити від 2 до 40%, залежно від галузі. Інтернет-технології дають можливість міжнародним компаніям та окремим покупцям знаходити найбільш вигідну ціну на товар або послугу, знижуючи трансакційні витрати на комунікації між потенційними бізнес-партнерами. Проте електронна комерція ефективна за високої якості захисту інформаційних ресурсів товаровиробників та їх клієнтів і актуальна лише для тих промислових підприємств, які мають можливість розширення кола клієнтів, реалізації ефективних програм лояльності, існування альтернатив для вибору постачальників. З іншого боку – пошук контрагентів в умовах української практики обмежений монополізацією виробництва та ризиковим характером економіки, коли є високий ступінь недовіри до потенційного контрагента на товарних ринках.

Суттєві структурні зміни в різних секторах мікроекономіки неможливі без радикальних інновацій. За 2004–2007 рр. у промислово розвинутих країнах питома вага організацій, які здійснювали технологічні інновації, становила від 33 до 66% (табл. 1).

Проблемним у процесі фінансового і маркетингового аналізу є сам метод інтерпретації різних господарських явищ та передумов реалізації стратегічних рішень, коли всі процеси відбуваються одночасно, динамічно і постійно перебувають під взаємним впливом. Особливе значення в маркетинговій політиці підприємства має відповідальність бізнесу за соціально-екологічні поточні результати господарювання і майбутні їх наслідки, зважаючи на трансфер в Україну шкідливих і морально застарілих технологій та високий рівень зношення діючого вітчизняного устаткування.

**Основні індикатори діяльності підприємств промисловості та сфери послуг
у сфері технологічних інновацій, %**

Країни	Частка промислових підприємств, які здійснюють технологічні інновації			Частка нової продукції			
	у загальній кількості підприємств	у продукції промисловості	в експорті країни	для промисловості		для сфери послуг	
				для організації	для ринку	для організації	для ринку
Німеччина	65,8	86,9	94,3	40,3	7,1	16,4	3,7
Великобританія	39,0	62,5	н/д	н/д	9,5	н/д	н/д
Японія	33,0	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д
Франція	45,5	78,4	86,3	17,5	9,5	17,1	5,5
Бельгія	58,7	86,9	89,8	15,8	6,9	23,5	7,4

Джерело: Індикатори інноваційної діяльності: 2007 : Стат. збірник. – М. : ГУ-ВШЕ, 2007. – С. 342, 348, 351,354.

Необхідність розвитку ділового та стратегічного мислення диктується сучасними викликами машинобудівному бізнесу, що презентує продукцію і на конкурентних, і на монополізованих ринках. Зокрема, в ПАТ «Конвеєр», яке функціонує на неконкурентному ринку підйомально-транспортного устаткування в Україні (на виробництві налічується 420 одиниць обладнання, в т. ч. 80% повністю амортизованого), маркетингова політика охоплює вивчення потреб різних замовників: щодо експорту – Мінський тракторний завод, ЗАТ «Атлант» Мінський завод холодильників, СП ВАТ «Брестгазопарат» (Білорусь) – обладнання вантажонесучих конвеєрів; на внутрішньому ринку – Добротвірська ТЕС (роліко-втулкові ланцюги), Львівська залізниця (стрічкові конвеєри для кар'єру), ДВП «Об'єднання АЗОТ» (стрічкові конвеєри для транспортування сипучих матеріалів) та інших. Через відсутність прогресивних технологічних інновацій на підприємстві, що унеможливило забезпечення гнучкого маркетингу на високотехнологічних ринках далекого зарубіжжя (в міжнародному бізнес-плануванні враховані потреби лише білоруських замовників), цей виробник змушений компенсувати від'ємні грошові потоки від операційної діяльності (у 2010 р. – 1340 тис. грн., у 2011 р. – 1320 тис. грн.) шляхом розгортання торговельної діяльності (напр., роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах), що певною мірою підтримує його життєдіяльність на коротку перспективу. Проте з огляду на більш тривалу перспективу невирішеними для цього збиткового підприємства є проблеми екологічного характеру, або екологічних інновацій, які потребують специфічних активів та їх фінансового забезпечення. Відповідно до діючого законодавства, всі підприємства зобов'язані дотримуватися вимог ст. 20 Закону України «Про охорону навколишнього природного середовища» та ст. 28 Закону України «Про охорону атмосферного повітря», і тому у ПАТ «Конвеєр» розроблені і затверджені Держуправлінням екологічної безпеки у Львівській області відповідні проекти з фіксацією джерел забруднення і сум щоквартальних платежів, що, у свою чергу, знижує ліквідність активів. Крім цього, необхідні додаткові

кошти для проведення планової утилізації ртутних ламп і побутового сміття, а також для облаштування спеціальних місць згідно з вимогами екологічної служби для зберігання відпрацьованих акумуляторів та автомобільних шин. Отже, впровадження екологічних стандартів супроводжується додатковими витратами, компенсація яких вимагає раціоналізації структури активів (реальних і фінансових) і пошуку нових джерел створення вартості на основі розроблення інноваційних рішень на різних стадіях життєвого циклу товарів та окремих проектів.

Переформатування бізнесу підприємств-постачальників і стратегічних споживачів супроводжується зміною умов контрактів (чи їх призупиненням), зміною підходів до визначення акціонерної вартості, стратегії щодо її зростання і вибору моделей ціноутворення опціонів (нематеріальних активів та їх складових – прав на товарні знаки, на використання природних ресурсів, оренду майна та ін.), що зумовлює необхідність реструктуризації власного бізнесу. Зниження торговельних бар'єрів після вступу України до СОТ пов'язаний з доступністю різноманітнішого переліку товарів і послуг, що дає змогу розширити альтернативи вибору управлінських рішень у системі маркетингового менеджменту і товарів за співвідношенням «ціна/якість». Це стосується і кінцевих споживачів, і підприємств, які матимуть кращий доступ до обладнання і товарів проміжного попиту, що є вагомим підставою для підвищення реальної продуктивності виробництва і зростання його привабливості для прямих іноземних інвестицій в основних секторах. Розвиток подібних явищ збільшуватиме пропозицію факторів виробництва та, відповідно, приведе до вищої еластичності факторів виробництва – промислового та інтелектуального капіталу.

Поза сферою правових відносин і захисту інтелектуальної власності опинилися важливі маркетингові інструменти (партнерського інноваційного маркетингу), без використання яких неможливо забезпечити цільову орієнтацію розвитку суспільних виробничих відносин і наповнити їх новим якісним змістом при посиленні процесів європейської інтеграції. Зазначимо, що з 1 січня 2004 р. припинилося приймання заявок на деклараційні патенти на винаходи, тому українським винахідникам, яким вірили на слово, довелося під власну відповідальність оформляти свої розробки. Тому в умовах формування економіки знань важливу роль відіграють не тільки відносини між людьми і речами, а й правова структура бізнесу, контроль зі сторони держави за процесами корпоратизації, приватизації, соціологізації й екологізації.

Для прискорення процесів формування економіки знань і покращення результатів діяльності різних підприємницьких структур, як показує вітчизняний та зарубіжний досвід, необхідно орієнтуватися на зміну всієї системи господарювання і взаємодії підприємства з елементами ринкового середовища (рис. 1).

Вирішення подібних проблем торкається самої моделі корпоративного стратегічного та оперативного управління основним і оборотним капіталом, а також забезпечення раціональної комбінації факторів виробництва. Ці питання пов'язані з вибором певних технологій реструктуризації підприємства та розвитку його відносин з діловими партнерами. Підприємство має звернути увагу також на витрати, пов'язані із складністю діючої структури міжнародної компанії (контроль у межах структури розглядається як причина зменшення трансакційних витрат). Для прикладу, на кінець 2011 р. року у складі ПАТ «Конвеєр»

функціонували такі дочірні підприємства та відокремлені структури: ДП «Контец», ДП «Конвеер сервіс», ВП «Медикон», ВП «Ремком», ВП «Грифон», ДП «Конавтотранс», які знаходяться на території за тією ж юридичною адресою, що й ПАТ «Конвеер». Досягнення стратегічного успіху є реальним лише тоді, коли фінансова і маркетингова стратегії є узгодженими, що уможливорює зменшення обсягів «замороженого» капіталу у вигляді запасів готової продукції та незавершеного виробництва, вартість яких (при тривалих виробничих циклах) знецінюється в умовах інфляції.



Рис. 1. Якісні зміни системи господарювання в умовах формування економіки знань

Фокусуючи увагу на фізичному капіталі, держава може субсидювати розвиток певних бізнес-структур. Комбінація факторів зовнішнього і внутрішнього оточення відображає у своїй основі структуру основного і оборотного капіталу, ресурси ринкової влади підприємства, тобто певний рівень у ієрархії політико-економічної влади. Розподіл економічних та інтелектуально-креативних ресурсів у виробництві [8; 9] є не тільки похідною від ринкової влади виробника, а й стратегічної цінності тих ресурсів у суміжних галузях економіки, які формують попит на готову продукцію, товари – субститути і/або товари-комплементи. Глобалізація бізнесу через проникнення інновацій у всі сфери реального і фінансового секторів економіки посилює дію якісно нового чинника виробництва –

інформації і основних компетенцій підприємства як кристалізованих знань та розширює поле дії правових відносин щодо об'єктів інтелектуальної власності, оскільки обсяги товарно-матеріальних запасів регулюються залежно від циклу ділової активності і відображають тенденцію зростаючого впливу інформації і капіталу клієнта на рівні виробничих запасів та їх резервів на різних стадіях виробництва і збуту [10; 11; 12].

Інвестори прагнуть реалізувати вигідні комерційні операції в умовах ринкової неефективності, коли: по-перше, активи, які стали джерелом неефективності, підлягають продажу; по-друге, трансакційні витрати від реалізації подібних активів мають бути меншими від очікуваного прибутку інвесторів; по-третє, інвестори мають необхідні ресурси для торгівлі акціями аж до моменту подолання неефективності. Як справедливо зауважує генеральний директор ПрАТ консалтингового центру «КреативКонсалтинг – Технології управління» Є. Г. Абрамов, на сьогодні вартість неврахованих у балансі активів (перш за все – нематеріальних) досягає 90% і навіть більше в структурі ринкової вартості компанії, що унеможливорює ефективне управління реальними активами підприємства і процесами раціоналізації їх структури [13, с. 22–28].

Якісні зміни в економіці знань неможливі без суттєвих змін традиційної системи цінностей, мотивації, принципів маркетингу і менеджменту сучасного бізнесу щодо забезпечення стійкості, зростання споживчої вартості для клієнта за умов високої інфляції і нестабільності макроекономічних показників. Такі зміни основ бізнесу мають певні особливості залежно від:

- структури основного і оборотного капіталу діючого підприємства та його фінансової автономії;
- «розпорошеності» акціонерного капіталу і частки в ньому держави чи державних банків, які контролюють цільове використання коштів та ефективність технологічних інновацій;
- маркетингової і логістичної стратегій основних учасників (лідерів) і їх політики залучення зовнішніх джерел фінансування, у тому числі венчурних фондів;
- стартового капіталу високоінтегрованих структур, що уможливлює прояв ефекту «гіперболізму», породження неринкових правил гри і зростання трансакційних витрат внаслідок штучного створення монополістами додаткових бар'єрів входження на нові ринки чи ніші;
- появи нових стратегічних партнерів (особливо після прийняття Закону України «Про державно-приватне партнерство» 10 липня 2010 р.), стосовно яких зорієнтована внутрішня і зовнішня політика, що уможливлює розширення економічного простору використання інтелектуально-креативних ресурсів підприємства, формування якісно нових товарно-вартісних відносин і змінює індикатори моніторингу ефективності інноваційного маркетингу;
- якісного складу домінуючих технологій у найближчій і віддаленій перспективі;
- частки іноземного капіталу в спільному бізнесі, що уможливлює його контроль у сфері виробництва і збуту та ін.

Власне через інноваційну технологію (виробництва, управління, збуту, налагодження відносин з інвесторами і клієнтами, формування та поновлення маркетингової інформаційної системи тощо) створюється певний економічний простір функціонування підприємства (у т. ч. налагодження взаємовідносин з його діловими партнерами) як простір, що визначає:

- формування доступних для підприємства стратегічних ступенів свободи, які означають напрями побудови успішної ділової стратегії з орієнтацією на реструктуризацію бізнесу і технологічний прорив;
- формування конкурентних умов для створення суспільних цінностей;
- створення умов для впровадження стандартів (соціальних, екологічних, технологічних);
- відтворення основного і оборотного капіталу та розширення можливостей структурування виробництва і поділу праці;
- гнучкість адаптації до стратегій конкурентів-лідерів з відповідними внутрішньо-корпоративними стандартами і правилами пристосування до моделей поведінки інших суб'єктів та ділових партнерів на міжнародних ринках, залежно від їх інноваційного потенціалу [14];
- концентрацію інтелектуальних ресурсів, необхідних для підвищення якості економічного зростання і зростання ринкової вартості підприємства;
- розвиток інтелектуального капіталу й узгодження фінансових та нефінансових показників (зокрема, за методикою Balanced Scorecard BSC) [15].

З практики структурних перетворень українських машинобудівних підприємств у контексті цілей, предмету і методів функціонування випливає, що зміни різних видів структур здебільшого зумовлені критичними ситуаціями розвитку (збитковість виробництва, застаріла технологічна система, розірвані коопераційні зв'язки з колишніми постачальниками з країн СНД, неспроможність здійснювати інноваційні процеси [12], відсутність досвіду створення ефективних промислових інноваційних та фінансових кластерів, низька соціальна відповідальність бізнесу при недосконалому механізмі регулювання корпоративної власності тощо). Як правило, ці зміни є взаємопов'язаними і становлять певний комплекс (ланцюг змін), а їх вплив на обсяги і структуру активів та ефективність господарської діяльності доволі часто є багатовекторним і різноскерованим [14; 15; 16].

Розрахунок максимально можливих обсягів виробництва при ефективному використанні основного капіталу і праці можна здійснити, зокрема, за допомогою виробничих функцій, які охоплюють моделювання залежностей на макро- чи мікрорівнях між факторами виробництва, що використовуються деякою господарською одиницею, та її результативними показниками – обсягом валового доходу, обсягом валової доданої вартості (ВДВ), доданої вартості (ДВ), прибутку та ін. На основі дослідження Львівського інструментального заводу за 2001–11 рр. була побудована виробнича функція типу:

$$Y = 0,2779X_1^{3,141}X_2^{0,316} e^{0,232t}, \quad (1)$$

$$R^2 = 0,541; F = 39,68;$$

де: Y – індекс зростання валового доходу; X_1 – індекс зростання активів; X_2 – індекс зростання фонду оплати праці; $X_3 = e^{zt}$ – сукупний інтегрований вплив інших факторів – темпів зростання науково-технічного прогресу (НТП), зміни ефективності використання інтелектуального капіталу, якості маркетингового менеджменту тощо.

Аналогічна модель для Вінницького інструментального заводу має вигляд:

$$Y = 0,7822X_1^{-1,919}X_2^{2,421} e^{-0,029t} \quad (2)$$

$$R^2 = 0,9813; F = 311,229.$$

Ці математичні моделі уможливлують оцінювання впливу темпів зростання активів і витрат на оплату праці на зростання валового доходу як результуючого показника діяльності. Порівняння моделей дає підстави стверджувати про переваги операційного та фінансового менеджменту Львівського інструментального заводу порівняно із Вінницьким заводом (всі показники еластичності для першого є додатними), хоча постійний параметр є меншим від одиниці, що послаблює силу позитивного впливу всіх трьох факторів на індекс зростання валового доходу. Виявлення причин низького позитивного інтегрованого впливу інших факторів – темпів зростання НТП, зміни ефективності використання інтелектуального капіталу, якості менеджменту на результати діяльності інструментальних заводів потребують вивчення маркетингових можливостей кожного з них – географії збуту і прибутковості окремих ринків (табл. 2).

Таблиця 2

**Фінансові результати діяльності інструментальних заводів
у 2011 р. (тис. грн.)**

Підприємства	НМА (залишкова вартість)	Прибуток від операційної діяльності	Чистий прибуток
Вінницький інструментальний завод	0	-1390	-897
Львівський інструментальний завод	4	-493	-529
Харківський інструментальний завод	0	-885	-930
Запорізький інструментальний завод імені Войкова	6	2584	735

Джерело: www.smida.gov.ua

Масштаби і темпи реструктуризації державних і приватних господарських одиниць залежать від можливостей, що визначаються політико-правовою базою України, а також від усунення чи виключення бар'єрів, які сформовані в минулому, тобто стартових умов, за якими підприємства входять до процесу системної трансформації. Показовим є приклад реструктуризації бізнесу в 2007 р., у якій брали участь російські виробники алюмінію ВАТ «Русал», ВАТ «Сибірсько-Уральська алюмінієва компанія» (СУАЛ) і швейцарська трейдингова компанія «Glencore International AG», що завершилось злиттям і створенням найбільшого у світі виробника алюмінію і глинозему. До складу об'єднаної компанії «Російський алюміній (United Company RUSAL)» увійшли 4 підприємства з видобутку бокситів, 10 глиноземних (у тому числі раніше викуплений шляхом деномінації акцій український Миколаївський глиноземний завод) і 14 алюмінієвих заводів, а також 3 фольгопрокатних підприємства. Активи компанії, які розташовані на 5 континентах в 17 країнах світу, модернізуються залежно від процесів формування інвестиційного попиту і пропозиції на глобальних ринках.

Варто зауважити, що «маніпулювання» ліквідними цінними паперами дає змогу корпораціям акціонерного типу отримати (а не заробити) надприбутки без адекватного економічного зростання при одночасному зниженні споживчої вартості для клієнтів і

ринкової вартості власного капіталу. Наслідками розвитку таких явищ є поглиблення їх негативного впливу на всі сфери господарського життя, що унеможлиблює забезпечення прискореного інноваційного розвитку економіки країни і підвищення її конкурентоспроможності на європейському і світовому ринках. Ринок цінних паперів виконує, в основному, функції перерозподілу власності серед економічних груп, тоді як у розвинутих країнах завдяки торгівлі цінними паперами зростають доходи і рентабельність інвестицій.

Інноваційні рішення в управлінні капіталом в умовах адаптації до зовнішнього середовища не мають похитнути ключові цінності підприємств при різних змінах ринкової кон'юнктури.

У стратегічних планах кожного суб'єкта господарювання мають бути ідентифіковані: механізми трансформації інтелектуальних ресурсів у стратегічні активи; можливості генерування маркетингових і логістичних активів як нематеріальних активів і правового захисту інтелектуальних продуктів; можливості утримування та зростання вартості інтелектуального капіталу при нестабільній ринковій кон'юнктурі, зростаючих загрозах фінансових ринків та спадаючій діловій активності потенційних ділових партнерів; методи реструктуризації бізнесу і відчуження активів.

Отже, акцентами стратегічних планів виробничих структур в умовах становлення економіки знань мають стати: по-перше, переорієнтація від тиску на природні ресурси до розвитку інтелектуального капіталу і зростання вартості нематеріальних активів у складі основного капіталу; по-друге, розширення простору дії електронної торгівлі, що вимагає вирішення проблем захисту інформаційної бази даних учасників ринкових відносин; по-третє, забезпечення необхідного рівня концентрації інтелектуально-креативних ресурсів для підвищення рівня еластичності всіх факторів виробництва. Рівень концентрації виробництва підприємств і рівень монополізації ринків збуту треба розглядати як важливі фактори впливу на вибір моделей управління капіталом, адже в процесі кругообороту капіталу на стадії «товар-гроші» ситуація може бути несиметричною, й економічну владу над партнером, насамперед, має той, хто володіє товаром з динамічно зростаючим попитом у певному бізнес-середовищі, а також має високий рівень концентрації інтелектуально-креативних ресурсів і відкритий доступ до стратегічно важливих чи дефіцитних ресурсів і ринків через отримання дозволів та ліцензій з їх просторово-часовими характеристиками. Ефективне управління процесом становлення економіки знань і факторами виробництва неможливе при використанні традиційних «матеріальних» підходів поелементного оцінювання окремих складових реальних активів підприємства, а передбачає розвиток теорій людського капіталу, інтелектуально-креативного капіталу, системи збалансованих показників, перетворення корпоративного інтелекту в систему управління знаннями і в інтелектуальні капітальні активи, створення на підприємстві умов для спадаючої матеріалізації виробництва (дематеріалізації) через удосконалення політики підтримки інновацій.

Література

1. *Співробітництво між Україною та країнами ЄС у 2011 році : стат. зб. [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України. – К., 2012. – Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua.*

2. *Economic Conditions Snapshot. McKinsey Global Survey Results. August, 2009* [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/28920/1/marketing.pdf>
3. *Western Digital купує компанію Hitachi GST* [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://vkurse.ua/ua/tag/western-union/1/>
4. Белоусов В. Технологические уклады и преодоление экономических кризисов. [Електронний ресурс] / В. Белоусов. – Режим доступу : http://perspektivy.info/rus/ekob/tehnologicheskije_uklady_i_preodolenije_ekonomicheskikh_krizisov_2010-02-02.htm
5. *Перспективы. Фонд исторической перспективы* [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.perspektivy.info>.
6. Никонова Я. И. Переход к инновационному типу воспроизводства: обоснование необходимости / Я. И. Никонова // Креативная экономика. – 2009. – № 2 (26). – С. 3–7.
7. Алексунин В. Электронная коммерция и маркетинг в Интернете / В. Алексунин, В. Родигина. – М. : Дашков и Ко, 2005. – 216 с.
8. Стрелец И. А. Новая экономика и ее влияние на развитие экономических процессов в России / И. А. Стрелец // Креативная экономика. – 2007. – № 1 (1). – С. 57–63.
9. Коллинз Джим. Построенные навечно. Успех компаний, обладающих видением / Джим Коллинз, Джерри Поррас ; пер. с англ. В. Мишучкова. – СПб. : Стотгольм. школа экономики в Санкт-Петербурге, 2004.
10. Мних О. Б. Особливості інноваційно-організаційного розвитку регіональної економіки в умовах поглиблення кризи / О. Б. Мних, Г. М. Захарчин, Є. В. Гончаров // Регіональна економіка. – 2011. – № 4. – С. 132–139.
11. Мних О. Б. Поєднання маркетингових і логістичних концепцій у контексті розвитку інноваційної активності підприємницьких структур / О. Б. Мних, Н. М. Сапотницька // Вісник «Економічні науки» Хмельницького НУ. – 2011. – № 4, том 2. – С. 37–41.
12. Мних О. Б. Необхідність розроблення інноваційних рішень у маркетинговій стратегії підприємства в умовах поглиблення кризи / О. Б. Мних // Вісник «Логістика» НУ «Львівська політехніка». – 2011.
13. Абрамов Е. Г. Проблемы отражения нематериальных активов в информационных и учетных системах / Е. Г. Абрамов // Креативная экономика. – 2007. – № 1. – С. 22–28.
14. Мных О. Б. Организационный капитал как важная составляющая интеллектуального капитала в экономике знаний / О. Б. Мных, Г. М. Захарчин // Организатор производства. – 2012. – № 1(52). – С. 109–112.
15. Прайснер А. Сбалансированная система показателей в маркетинге и сбыте / Андреас Прайснер. – М. : Изд. дом Гребенников, 2009. – 308 с.
16. Mnykh O. Problems and perspectives of international companies in Ukraine in the context of their cost increasing [Електронний ресурс] / O. Mnykh, K. AntoniW, J. Sytnyk. – Режим доступу : http://www.equilibrium.umk.pl/plikidopobrania/2011_2_antoniv.pdf