

*Фіалковський А. Р.,
Маргітич В. В.,
аспіранти*

ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

Науковий керівник: Мікловда В.П., д.е.н., проф., завідувач кафедри економіки і підприємництва ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

ПРИЧИНО-НАСЛІДКОВИЙ АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ В УПРАВЛІННІ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ

Інноваційна діяльність являє собою сукупність дій, спрямованих на створення та реалізацію продукту, якій відрізняється функціональним навантаженням від інших, вже існуючих на ринках, товарів та послуг.

Інноваційна діяльність також відрізняється від інших видів високим ступенем ризикованості внаслідок невизначеності майбутнього, мінливості середовища та постійного зростання рівня конкуренції. Як вважають науковці Закарпаття, «усі ризики лягають на плечі підприємства, а це гальмує прийняття інноваційних рішень стейкхолдерами, власниками підприємств чи їх топ-менеджерам».[1]

Внаслідок високих ризиків, важливим завданням управління інноваційною активністю є забезпечення її результативності.

Під результативністю інноваційної активності розуміємо гармонію між потребами споживачів нового продукту та його прибутковістю для виробника. При цьому потреби в інноваційному продукті можуть бути реальні або потенційні.

Реальні потреби – це такі, що існують в даний період часу і задовольняються інноваційним продуктом, запропонованим на ринках.

Потенційна потреба в інноваційному продукті поділяється на явну та латентну.

Під явною потребою розуміємо свідоме прагнення споживача придбати та користуватися товаром чи послугою. Прикладом явної потенційної потреби може бути очікування, бажання придбати нову марку телефону, яка знаходиться у розробці і буде запропонована на ринку у недалекому майбутньому і є продовженням лінії товару.

Латентною потенційною потребою визначаємо таку, яку споживач ще не усвідомлює, але він підготовлений до її появи внаслідок трендів науково-технічного прогресу, власної купівельної спроможності, культури, що сформована в оточенні споживача. Прикладом латентної потенційної потреби є «Air flyboard», якій представляє принципово новий спосіб пересування внаслідок досягнень науково-технічного прогресу.

прийняти в першому читанні за основу після прийняття за основу проекту Закону України "Про концесії".

Варто відзначити, що прийняття законопроектів дасть можливість реалізувати масштабні проекти ДПП та залучити інвестиції в економіку України.

Ефективне спільне використання механізму державно-приватного партнерства між державою і приватним бізнесом може стати інструментом, що дозволить підвищити ефективність використання бюджетних коштів; залучити додаткові фінансові ресурси у створення/модернізацію інфраструктурних об'єктів; підвищити зайнятість населення, стимулювати економічне зростання з широким використанням інновацій та сучасних технологій; залучити всі групи інтересів до реалізації стратегій соціально-економічного розвитку, посилити довіру та порозуміння у суспільстві.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про державно-приватне партнерство» від 1 липня 2010 року № 2404-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2404-17> (дата звернення 08.11.2019)
2. Delmon D. Understanding options for privat participation in infrastructure: Seeing thr forest for the trees: PPP, PSP, BOT, DBFO, concession, lease. World Bank, 2010
3. Зокрема, запровадження ДПП передбачено на потенційно перспективних шахтах серед напрямів реформування вугільної галузі; при реформуванні ЖКГ для модернізації інфраструктури, підвищення ресурсо- й енергоефективності, залучення приватних компаній для надання послуг ЖКГ; як ключовий механізм розвитку і модернізації транспортної інфраструктури та реалізації інфраструктурних проектів національного масштабу; удосконалення законодавчо-нормативного забезпечення і запровадження угод про розподіл продукції передбачено для реформування нафтогазової промисловості.
4. Про затвердження Програми розвитку інвестиційної та інноваційної діяльності в Україні: Постанова Кабінету Міністрів України від 2 лютого 2011 р. № 389. Офіційний вісник України. 2011. № 28. С. 94, Ст. 1173.
5. Інвестиційна діяльність в Україні (2018). URL:<https://mfa.gov.ua/ua/article/open/id/6349>(дата звернення 26.10.2019)

Другою умовою результативності є отримання комерційної вигоди підприємством, що виробляє та продає інноваційний продукт. Під комерційною вигодою розуміємо не лише отримання прибутку, але й його певного обсягу. Сума прибутку від реалізації інноваційного продукту повинна відповідати наступним умовам достатності:

1. Бути достатньою для покриття ризикованості інноваційної діяльності. Ризик ми розглядаємо як умову здійснення інноваційної діяльності та як ресурс, якій інтегрує в собі здоров'я, час, фінанси підприємства або підприємця, тобто ризик ми розглядаємо як необхідний ресурс, якій повинен бути покритий отриманим прибутком.

2. Бути достатньою для формування ресурсу майбутніх інноваційних акцій, чи то дослідження, трансферу або практичного впровадження інноваційного продукту.

Якщо одна зі сторін не буде задоволеною, результат інноваційної діяльності неможливо вважати як позитивний.

Результативність інноваційної діяльності залежить від дотримання кола імперативів, серед яких цілеспрямованість, стратегічність, раціональність та інші. При всій важливості дотримання вказаних принципів головну роль у результативності відіграє принцип контролінгу.

Принцип контролінгу полягає у забезпеченні поєднання аналітичної частини управління з плануванням та регулюванням. Внаслідок отриманих в процесі аналізу даних відбувається регулювання, корегування тактики виробництва інноваційної продукції та планування стратегічних змін.

Виходячи з вище сказаного, вважаємо одним з базових методів контролінгу розглядати причинно-наслідковий аналіз.

Причинно-наслідковий аналіз – це побудова логічного ланцюгу факторів та їх взаємодії, яка призводить до запланованого (або незапланованого) результату.

В процесі інноваційної діяльності під результатом, як вже було відмічено є гармонія між задоволенням споживача та задоволенням виробника.

В процесі аналізу під узагальнюючим показником результату обрано індикатор зростання обсягів інноваційної продукції. Саме динаміка обсягів продаж інноваційної продукції відображає ситуацію, при якій товар, що запропонований виробником задовольняє зростаючі потреби населення та такі, що постійно оновлюються.

Причиною-наслідковий аналіз в системі управління інноваційною діяльністю включає наступні етапи.

Першим етапом є визначення результату інноваційної діяльності, якій виражається через темпи зростання обсягів реалізації і показує наявність гармонії між інтересами споживача та виробника.

Другий етап – дослідження основних факторів, причин, що призвели до отриманого результату. Серед таких факторів основними вважаємо наступні.

По-перше, це техніко-технологічні тренди, що склалися у глобальному світі та мають місце у національній економіці. Дані тренди забезпечують виробничі можливості випуску інноваційного продукту (можливості придбання та застосування певної техніки та відповідних технологій).

По-друге, це управління на підприємствах. Управління інноваційною діяльністю включає 3S: Smart-технології, Smart-фінанси, Smart-персонал.

По-третє, це культура, яка визначає інновацію як базову цінність розвитку як країни, регіону, підприємства, так й окремої людини. Культура, як відмічено Н.Ю.Кубіній, «Culture in its tangible and intangible content is an important factor in economic development, the effect of which has recently been greatly enhanced».[2] Це свідчить про складність дослідження саме фактору культури та масштабу її впливу на інноваційну діяльність.

Третій етап – визначення проблем, які виникають внаслідок дії факторів.

Четвертий етап – окреслення можливостей поточного керування інноваційною діяльністю.

П'ятий – визначення стратегічної перспективи.

Модель причино-наслідкового аналізу представлена на рис. 1.



Рис. 1. Схема причино-наслідкового аналізу (складено авторами)

Список використаних джерел:

1. Мікловда В.П., Кубиній Н.Ю., Мошак С.І. Можливості та обструкції розвитку інноваційного потенціалу Закарпаття як фактора регіональної конкурентоспроможності. *Економіка промисловості*. 2015. № 1 (69). С. 31-39.
2. Kubiniy N., Zavadyak R., Belen M. Culture, Tourism and Economy as a Triumvirate of Regional Strategic Development. *Вісник Херсонського університету*. 2019. Вип.34. С.105-108.