

У більшості випадків підприємства тіньового сектора є конгломератами легальних і тіньових процесів, що дозволяє їм зменшити податкове навантаження. Основні економічні переваги тіньової економіки полягають у:

- можливій тіньовій надбавці;
- менших матеріальних та інших витратах;
- менших витратах на оплату праці.

Отже, тіньова економіка є в усіх державах світу. Її існування і сьогодні загрожує соціально-економічній безпеці країн, тіньова економіка не лише позбавляє бюджет вкрай необхідних надходжень, але й призводить до погіршення морального клімату суспільства, соціально-економічної нестабільності.

Список використаних джерел:

1. Кісіль М. І., Саловська Л. В. Регулювання доходів сільського населення: монографія, Київ: ННЦ ІАЕ, 2007. 222 с.
2. Коркоц О. М. Практичні аспекти зменшення тіньового сектору економіки України. Економіка: проблеми теорії та практики : збірник наукових праць. 2014. Вип. 264. Т. 1. С. 263-267.
3. Саловська Л. В. Регулювання рівня доходів сільського населення: Автореф. дис... канд. екон. наук: 08.04.01. Ін-т аграр. економіки УААН. К., 2003. 21 с. URL: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=...92.\\$](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=...92.$) (дата звернення: 28.03.2023)
4. Hart K. Informal Income Opportunities and Urban Employment in Ghana // Journal of Modern African Studies, 1973. Vol. 11. P. 61-90.

УДК 658.589:339.137.2

*Журило І. В., к.е.н., доцент
Центральноукраїнський національний технічний університет*

АСПЕКТИ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПРОДУКТОВИМИ ІННОВАЦІЯМИ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Нині вітчизняна економіка є одним із пріоритетів, який визначає спроможність нашої держави успішно відбудовуватись після перемоги у війні з північним сусідом. Промислова політика України має бути спрямована на укріплення конкурентних позицій вітчизняних товаровиробників на світовому ринку, що, в свою чергу, вимагає активізації їх ефективної інноваційної діяльності. Проте, не зважаючи на потужний науковий та творчий потенціал, країна вже давно стикнулася з проблемами, які гальмують та упереджують інноваційну діяльність суб'єктів господарювання, а у деяких випадках змушують скоротити її та навіть відмовитися від неї. Це стосується насамперед підприємств машинобудівного комплексу (МБК), які вже зараз відчувають необхідність підвищення якості та конкурентоспроможності своєї продукції за рахунок впровадження передових науково-технічних розробок.

Значна кількість науковців присвячують свої дослідження виявленню даних проблем та пошуку шляхів їх вирішення. Проте окремі питання організації

інноваційної діяльності все ще залишаються поза їхньою увагою. Насамперед це стосується організації інноваційної діяльності, спрямованої на створення конкурентоспроможних продуктових інновацій. Подальших досліджень і розвитку потребують питання підвищення ефективності передпроектних досліджень і проектування.

Метою нашого дослідження стало виявлення причин гальмування інноваційної діяльності підприємств вітчизняного МБК, спрямованої на створення конкурентоспроможних продуктових інновацій, а також удосконалення організаційних аспектів даного процесу.

Наукові думки з приводу трактування самого поняття «нововведення» дещо різняться через неоднакове тлумачення етимології слова. На основі їх аналізу в [2] було встановлено, що науково-технічні розробки та винаходи (новації) є проміжним результатом науково-виробничого циклу і з початком етапу комерційної реалізації перетворюються на науково-технічні нововведення (НТН) – кінцевий результат. По відношенню до науково-технічних нововведень комерційна придатність (реалізованість) постає як потенційна властивість, досягнення якої пов'язано з певними ризиками.

Проблема комерційної реалізації НТН насамперед полягає в ефективному управлінні нововведеннями, що передбачає визначення алгоритму поетапної реалізації інноваційних заходів з чітким урахуванням на всіх етапах специфічних аспектів інноваційного процесу, котрі мають безпосередній вплив на ефективність НТН:

1. *Концептуальний аспект* передбачає розуміння сучасних тенденцій науково-технічного прогресу у даній галузі машинобудування, а також оцінку інноваційності продукту. Про відмінність такої оцінки з точки зору виробника і споживача зазначено в [3]. Для підприємства-виробника інноваційність продукту характеризують: сукупність техніко-експлуатаційних ознак, ступінь зміни матеріальних компонент та/або технології, пов'язані із цим сукупні витрати й доходи. Споживач оцінює продуктову інновацію з точки зору її функціональних, психологічних і суспільних корисностей, а також ступеня задоволення своїх потреб. Для підвищення ефективності НТН виробник повинен розуміти потреби споживача й утілити у новому продукті вагомі для нього корисності, використовуючи при цьому прогресивні досягнення науки і техніки.

2. *Стратегічний аспект та орієнтація на цілі.* Цей аспект є визначальним для інноваційного процесу на підприємстві. Оскільки «динаміка і сила впливу оточення, в якому підприємство функціонує, викликають необхідність безперервного аналізу, а також піддавання оцінюванню структури продуктової пропозиції» [3]. В залежності від ступеня новизни продукту з точки зору виробника та споживача, підприємство може обирати один з чотирьох варіантів стратегії створення продуктового нововведення: стратегію модернізації продукту, що виробляється; стратегію технологічної модифікації продукту, що виробляється; стратегію імітації продукту конкурентів; стратегію абсолютно нового продукту [4].

3. *Організаційний аспект* включає: ефективний менеджмент; наявність колективу фахівців, здатних забезпечити досягнення намічених стратегічних

цілей щодо продуктових інновацій; адекватну, гнучку та динамічну організаційну структуру управління, яка сприяє ефективним інтеграційним процесам, що відбуваються у системі передпроектних досліджень (ПД), у системі створення та освоєння нової продукції (СОНП), а також між цими двома системами.

4. *Часовий аспект* передбачає суворий контроль за циклом СОНП. Своєчасність – це одна з основних рис продуктових інновацій. Вона проявляється у створенні та освоєнні нового продукту, актуального для споживача та конкурентоспроможного на момент його виходу на ринок.

5. *Витратний (ресурсний) аспект* щодо ефективності НТН актуалізує та обумовлює досягнення економічного ефекту від його комерційної реалізації (перевищення прибутку над вкладеним капіталом). На основі проведення фінансового моніторингу приймається рішення щодо джерела інновації: придбання ліцензії на випуск нової продукції (використання нової технології), розробленої іншою організацією чи власна розробка.

6. *Методичний аспект* передбачає застосовування на усіх етапах процесу створення НТН ефективних методичних підходів щодо: організації науково-дослідних та експериментально-конструкторських робіт (НДЕКР); системної взаємодії фахівців у сфері ПД і проектування; відповідних розрахунків та обґрунтувань.

Перелічені складові ефективності НТН повинні бути чітко узгоджені та дотримані на усіх відповідних етапах НДЕКР. Особливу увагу слід приділити методиці ПД, пов'язаних із необхідністю узагальнення результатів наукових і ринкових досліджень, що можуть носити суперечливий характер, а також інформації щодо поведінки виробів в експлуатації. Результати цих досліджень, відображені у технічному завданні (ТЗ), мають забезпечити проектувальника об'єктивною та корисною інформацією для створення продуктової інновації.

Усі рішення на етапі підготовки та розробки ТЗ підлягають ретельному техніко-економічному обґрунтуванню, а аналітична робота має бути спрямована на обґрунтоване формування параметрів і показників майбутнього виробу. У зв'язку із цим, виникає необхідність внесення відповідних змін і доповнень у діючі нормативні документи, що регламентують порядок проведення дослідно-конструкторських робіт і визначення підготовчого етапу розробки ТЗ у якості стадії передпроектних досліджень. При цьому маркетингове забезпечення інноваційного процесу не повинно обмежуватися лише збором, аналізом і передачею результатів ринкових досліджень підрозділу НДЕКР. Воно має передбачати співробітництво маркетолога і конструктора на стадії проектних досліджень до тих пір, поки не буде сформовано систему оптимальних ТЕП майбутнього нововведення, яка знайде своє відображення у ТЗ. Алгоритм проведення підготовчої технічне завдання стадії представлена в [2]. По-суті, саме ТЗ повинно стати тим документом, який містить проектну задачу. Така задача, ґрунтуючись на консенсусі ринкових та науково-технічних інтересів та відповідаючи умовам адекватності, евристичності та оброблюваності, повинна стати основною ефективною маркетолого-конструкторської інтеграції і зорієнтувати проектувальника на втілення свідомо вдалого задуму. Критерій

вирішення проектної задачі повинен відображати споживчу корисність майбутнього НТН [1].

Подальші дослідження необхідно спрямувати на створення алгоритму формулювання проектної задачі для конкретних видів продукції промислово-виробничого призначення, а також моделей їх споживчої корисності.

Список використаних джерел:

1. Журило, І. В. Конкурентоспроможність нової продукції промислово-виробничого призначення: теоретичні аспекти, методика прогнозування та забезпечення: монографія. Кіровоград: ПВЦ «Мавік», 2007. 86 с.
2. Журило, І. В. Управління ефективністю продуктових інновацій у машинобудівній галузі // Центральнотраїнський науковий вісник. Економічні науки. Вип. 4(37). Кропивницький: ЦНТУ, 2020. С. 189-202.
3. Ліманські, А. Сутність і види продуктових інновацій у стратегії підприємства. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Сер. Проблеми економіки та управління. 2010. № 683. URL: <http://ena.lp.edu.ua> (дата звернення 23.08.2020).
4. Marketingowe testowanie produktów / Praca zbiorowa pod redakcją S. Sudoła, J. Szymczak, M. Haffera. – Warszawa: PWE, 2000.

УДК 658:338.532.64 (043.2)

*Загреба І. Л., к.е.н., доцент
Економіко-технологічний інститут імені Роберта Ельворті*

РИЗИКИ ВОЄННОГО СТАНУ ТА ЗАХОДИ ФІНАНСОВОЇ СТАБІЛІЗАЦІЇ

Війна спричинила різке посилення всіх ризиків та реалізацію низки загроз для фінансової стабільності. Вона спричинила погіршення світового зростання, скорочення глобальної торгівлі, призвела до зростання цін на енергоносії, сировину, продовольство. Наслідками війни для світової економіки стало помітне сповільнення виробництва та подальше пришвидшення інфляції.

Унаслідок нападу росії Україна в 2022 році втратила близько третини ВВП через тимчасову окупацію частини території, виведення з ладу об'єктів виробничої та транспортної інфраструктури, розрив ланцюгів постачання та виробництва, вищі витрати підприємств. Дуже суттєвими є втрати людського капіталу через міграцію та загибель громадян. Фактично призупинено інвестиційну діяльність. З початку війни дуже значним був вплив коштів із країни через швидше відновлення імпорту порівняно з експортом, міграцію, що супроводжувалася значним збільшенням імпорту послуг, та зняття готівки за кордоном. Вимушеним кроком стало монетарне фінансування бюджету. Надмірна монетизація бюджету має суттєві негативні наслідки для макроекономічної стабільності.

В країні проведена велика робота щодо оцінки рівня системних ризиків, джерел загроз для фінансової стабільності, результатом чого стали дії, спрямовані на фінансову стабілізацію [1].