

658.589:336:330.31(045)

*Левицька І.В., д.е.н., професор,  
Вінницький торгівельно-економічний інститут  
Київського національного торгівельно-економічного університету*

## **ИННОВАЦІЙНЕ СПРЯМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ КОШТІВ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗШИРЕНОГО ВІДТВОРЕННЯ**

Інноваційне спрямування інвестиційних коштів дає можливість вирішувати проблеми підвищення конкурентоспроможності продукції шляхом впровадження нових товарів, нових технологій, новацій у маркетингу, менеджменті тощо. Передумовою для виживання підприємств та утримання ними ринкових позицій виступають нові та покращені товари, які пропонуються ринку. Швидко змінюються запити споживачів щодо якості товарів, прискорення етапів проходження життєвих циклів товарів, навіть у сферах, які вважаються традиційно зрілими, прискорені темпи оновлення товарів, які пропонуються споживачеві вимагають швидкої перебудови виробничих програм та зміни і розширення асортименту продукції, що випускаються підприємствами. З огляду на це інноваційне спрямування інвестиційних коштів стає ключовим стратегічним параметром розвитку підприємств харчової промисловості.

Інновації повинні бути необхідними споживачеві, приносити йому користь. Ключовими принципами успішних інновацій підприємств можна визначити: хороші ідеї, колектив працівників, які працюють над розробленням та впровадженням інновацій, доступ до цільової аудиторії з інноваційним продуктом. Підприємства, що використовують інновації мають бути відкритими для нових тенденцій та викликів оточуючого середовища, гнучкими щодо настрою та смаків споживачів.

У сучасних умовах ці всі види інновацій не можуть бути відокремленими один від одного.

Визначаючи ознаки інновацій, ряд авторів виокремлює наступні:

- інновації завжди пов'язані із господарським (практичним використанням оригінальних рішень, що відрізняє їх від технічних винаходів);
- інновації дають конкретну господарську та/або соціальну вигоду для користувача, яка визначає проникнення та розповсюдження інновацій на ринку;
- інновації характеризуються першим використанням нововведення на підприємстві, не залежно від того, чи використовувалось воно у будь-якому іншому місці раніше, тобто з точки зору окремої компанії навіть імітація може носити характер інновації;
- інновації вимагають творчого підходу та пов'язані із ризиками. Інновації не можуть створюватися та впроваджуватись через рутинні процеси, а вимагають від всіх учасників розуміння та творчих здібностей.

Для успішної реалізації інноваційних проектів підприємства можуть використати одну із двох альтернатив:

– Підприємства самостійно розробляють інноваційно-технічні передумови і реалізують на ринку одержані результати. Такий підхід пов'язаний зі значними фінансовими витратами, які зумовлюються науково-технічним прогресом, і супроводжується значними економічними та комерційними ризиками. Використання такого підходу збільшує ймовірність створення продукції високого технічного рівня і підвищеної складності. Такий підхід собі можуть дозволити лише фінансово стійкі великі підприємства, які мають розширений доступ до зовнішніх джерел фінансування та значні власні фінансові можливості.

– В межах розробленої інвестиційної стратегії підприємства співпрацюють із іншими учасниками ринку. При цьому співробітництво може здійснюватись на всіх етапах інноваційного процесу. Така реалізація інноваційних процесів дозволяє підвищити конкурентоздатність підприємства та скоротити ризики. Реалізація такого підходу може бути здійснена у формі стратегічного альянсу, коопераційних досліджень, коопераційного виробництва, коопераційного маркетингу.

Підприємства розуміють, що продукцію необхідно оновлювати задля збереження конкурентоздатності підприємства та частки ринку. Ринки харчових продуктів України досить чітко структуровані, тому ціна виходу компанії на новий ринок зросла, з огляду на це стратегія диверсифікації становиться мало ефективною. Крім того посилюється конкуренція на ринках, де традиційно працюють підприємства. Все менше успіх компанії залежить від фактору ціни, більшої ваги набувають фактори

споживчих властивостей продукції. Споживач все більшою мірою орієнтований на економічну доцільність та ефективність продукції, яка пропонується виробником.

Іще однією характерною особливістю розвитку сучасного ринку виступає орієнтація виробництва товарів на споживача, що дозволяє розробляти та впроваджувати модифіковані інновації. Дедалі все більше конкуренція будується на оптимізації циклу: «розроблення – освоєння – виготовлення», вибудовується продуктова лінійка, яка найбільшою мірою відповідає вимогам споживачів.

Варто зазначити, що модифіковані інновації мають обмежений ресурс і тому довгострокова конкурентоспроможність будується на переході на нові технології, на новому поколінні продукції. Необхідне впровадження нових принципів роботи, технологій, матеріалів. Надалі все більшої ваги набуватиме маркетинг ринку наукових розробок, управління проектами.

Успіх реалізації інноваційних проектів визначається можливістю здійснення якісного управління, контролю та мотивації впровадження інновацій на підприємстві. На успішність реалізації впливають як внутрішнє середовище підприємства, так і чинники зовнішнього середовища.

Інноваційна спрямованість виробничих процесів на підприємстві та вкладення інвестицій залежать від наступних чинників внутрішнього середовища:

- стратегічні наміри підприємства;
- позиція (поведінка) керівників підприємства;
- кадрова політика;
- організація виробничих та управлінських процесів на підприємстві;
- інформація та комунікації;
- можливості фінансування.

До зовнішніх чинників, які визначають інноваційну спрямованість розвитку підприємства, можна віднести наступні:

- державна політики в площині інноваційного розвитку підприємств та державні інноваційні пріоритети;
- кредитна політика держави та кредитна підтримка;
- розвинутість інфраструктури;
- доступність фінансових ресурсів та фінансове стимулювання;
- етап життєвого циклу галузі;
- доступність консультування та технологічного трансферу;
- розвиток науково-технічного прогресу;
- екологічні вимоги;
- готовність споживачів до прийняття інновацій;
- кооперація з іншими інститутами.

Серед зовнішніх чинників, які сприяють інноваційному спрямуванню інвестицій, виступає державна підтримка, оскільки засобами державного регулювання можна вирішити питання стимулювання впровадження інновацій або, навпаки згорнути інноваційну діяльність підприємств.

До інструментів державного регулювання та стимулювання інновацій варто віднести:

- програми підтримки підприємств у площині технологічного трансферу;
- надання допомоги при зовнішніх інноваційних консультаціях (матеріального та нематеріального характеру);
- податкові інструменти зі стимулювання досліджень та розробок (зниження ставки оподаткування);
- пряма фінансова допомога по визначених технологічних напрямках;
- допомога при створенні інноваційних підприємств.

Головною проблемою при реалізації більшості інноваційних проектів підприємствами харчової промисловості, вироблення напоїв та тютюнових виробів виступає погіршення фінансового стану підприємств, тому цільове використання інвестицій на інноваційний розвиток підприємства виступає основним інструментом прогресивного розвитку виробництва та технологій.

Інноваційна діяльність підприємств характеризується змістом та складом конкретних дій, які здійснюються за певною технологією. Характер інноваційної діяльності підприємств оцінюється за допомогою визначення їх інноваційної активності. Різниця у інноваційній активності підприємств визначає інноваційні результати їх діяльності.

Визначаючи основні характеристики інноваційної активності варто звернути увагу на те, що для інноваційно активних підприємств інноваційна діяльність повинна відповідати стратегічному характеру та носити тактичний характер, визначаючи раціональність та послідовність дій, їх своєчасність та динамічність [4].

Стратегічну спрямованість інноваційної активності визначають показниками:

- якість інноваційної стратегії конкуренції (відповідність стратегії зовнішньому середовищу, потенціалу підприємства, цілям, функціональним стратегіям підприємства);
- рівень мобілізації інноваційного потенціалу (виявлена керівництвом здатність до залучення необхідного потенціалу, здатність залучити не лише відому частину, але й латентну частину потенціалу);
- рівень залучених інвестицій (здатність залучення інвестицій необхідних за обсягом та придатних за джерелами);
- рівень методів та культури, що використовуються при здійсненні інноваційних змін (використання методів, спрямованих на одержання реальних конкурентних переваг);
- обґрунтованість рівня інноваційної активності, що реалізується (рівень стратегічної та тактичної активності повинен відповідати стану зовнішнього середовища та організації – необґрунтоване підсилення активності може перетворити організацію у «мертвого героя», а неадекватна пасивність – у невдачу).

Тактична оцінка інноваційної активності здійснюється за показниками:

- відповідності реакції підприємства характеру конкурентної стратегічної ситуації (можливе використання трьох типів поведінки підприємства або реакції на стратегічну ситуацію: реактивна поведінка, активна поведінка, планово-прогнозна-поведінка);
- швидкістю (темпом) дій при проведенні стратегічних інноваційних змін (інтенсивність дій зі створення та просування новин, проведення стратегічних інноваційних змін, які можна вимірювати показниками оновлюваності продукції, оновлюваності технології та технологічного обладнання, оновлюваність знань персоналу, оновлюваність організаційних структур тощо).

Інноваційна активність визначає темпи та якість оновлення виробничого капіталу підприємств.

Ключовими проблемами в площині підвищення інноваційної активності виступають:

- низький рівень активності бізнес-структур з просування власних інновацій і, як наслідок, недостатня інвестиційна привабливість наукових організацій та інноваційних підприємств;
- низька інформаційна прозорість інноваційної сфери, нестача нової інформації щодо нових технологій та можливих ринках збуту принципово нового (інноваційного) продукту;
- низький рівень активності суб'єктів господарювання в участі у цільових науково-технічних програмах;
- низький рівень активності у створенні інноваційно інфраструктури, комерціалізації передових технологій;
- відсутність системи стимулювання наукомістких виробництв та залучення нових технологій у діяльність підприємств.

Характеризуючи інноваційну діяльність підприємств харчової промисловості України можна зазначити, що протягом 2010 – 2011 років у виробництві харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів до державного департаменту інтелектуальної власності подано лише 67 заявок на видачу охоронних документів на промислові зразки, які розподілились наступним чином: 7 заявок на винаходи (проти 11 у 2011 році – скорочення 36,4%); 14 заявок на корисні моделі (проти 28 у 2011 році – скорочення на 50%); промислові зразки – 46 заявок (у 2011 році – 27, зростання 70,4%).

Не було подано жодної заявки на винаходи, корисні моделі і промислові зразки до патентних відомств інших країн, тоді як у 2009 році на промислові зразки було подано 34 заявки, а на корисні моделі – 1. За цей же період було отримано патентів у Державному департаменті інтелектуальної власності підприємствами з випуску харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів на 18 корисних моделей у 2010 році (0,3% загальної кількості від показників промисловості України), по 26 промислових зразках у 2011 році (7,9 % загальної кількості від показників промисловості України) та 37 – у 2010 році (13,6%). Крім того, у 2010 р. отримано 11 патентів на винаходи (0,6%). В інших країнах світу отримано патентів на 6 зразків, що складає 6,3% показника попереднього року.

У 2010 році підприємствами виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів було використано менше об'єктів промислової власності та раціоналізаторських пропозицій, ніж у 2011 році (табл. 1) [1, ст. 331-332].

Таблица 1

Напрями інноваційної діяльності підприємств харчової промисловості

Напрями інноваційної діяльності	Види інноваційної діяльності											
	Україна						інші країни					
	винаходи		корисні моделі		промислові зразки		винаходи		корисні моделі		промислові зразки	
	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010
На видачу охоронних документів до Державного департаменту інтелектуальної власності та патентних відомств інших країн												
подано заявок	11	7	28	14	27	46	-	-	1	-	34	-
у % до попереднього року	x	63,6	x	50	x	127,0	-	-	-	-	-	-
отримано охоронних докум.	9	11	36	18	26	37	-	-	1	-	32	2
у % до попереднього року	x	122,2	x	144,4	x	142,1	-	-	-	-	x	6,3

У 2010 році було зареєстровано: 30 винаходів, що на 21 менше, ніж у 2011 році; 34 корисні моделі – на 10 менше показників 2011 року; 216 промислових зразків – 33,9% від загальноукраїнської кількості, але на 5 менше, ніж у 2011 році; 131 раціоналізаторська пропозиція, що на 29% менше кількості 2011 року.

У харчовій промисловості використання об'єктів промислової власності та раціоналізаторських пропозицій характеризується наступними показниками (табл. 2) [1, ст. 334].

Таблица 2

Використання об'єктів промислової власності та раціоналізаторських пропозицій

Показник по	Кількість використаних пропозицій							
	винаходів		корисних моделей		промислових зразків		раціоналізаторських пропозицій	
	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010
промисловості	803	754	684	714	833	637	10762	9328
виробництву харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів	51	30	68	44	22	216	184	131
питома вага у промисловому виробництві, %	6,4	4,0	10,0	6,1	2,6	33,9	1,7	1,4

Вступ України у СОТ висуває нові вимоги до рівня якості продукції, забезпечення конкурентних переваг. Цього можна досягти високими темпами впровадження інновацій на підприємствах галузі. Варто зазначити, що обсяги можливого фінансування та стан фінансового ринку обмежують можливості підприємств до впровадження інновацій. Існуючий стан інноваційної активності підприємств галузі не може забезпечити достатніх конкурентних переваг вітчизняній продукції а ні на внутрішньому ринку, а ні на зовнішньому.

Нижче наведена динаміка кількості інноваційно-активних підприємств з виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів України за 2005-2011 рр., у порівнянні із загальними тенденціями, що характерні для промислових підприємств (табл. 3) [1, ст. 328].

Якщо у 2005 році інноваційно-активні підприємства з випуску харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів становили 9,9% загальної кількості промислових підприємств України, то у 2010 році їх чисельність зросла більше ніж на 17%, що викликало зростання питомої ваги до 12% у кількості інноваційно-активних підприємств промисловості.

Кількість інноваційно-активних промислових підприємств України

Кількість інноваційно-активних підприємств					
по роках	промисловість	темпи росту до попереднього року, %	у т.ч. підприємства з виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів	темпи росту до попереднього року, %	у відсотках до загальної кількості промислових підприємств, %
2005	1193	х	267	х	9,9
2008	1118	93,7	243	91,0	9,4
2009	1427	127,6	343	141,1	13,2
2008	1397	97,9	309	90,1	12,0
2010	1349	104,2	352	106,2	7,8
2011	1499	111,1	384	109,1	10,8

Варто зазначити, що кількість інноваційно-активних підприємств харчової промисловості має стрибкоподібну динаміку. Якщо у 2005 році таких підприємств у виробництві харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів було 267, то у 2010 році їх кількість зменшилась до 243, у 2011 році зросла на 100 – до 343 одиниць – це було піком інноваційної активності за період, що аналізується.

Показники 2010 року демонструють скорочення на 10 відсотків кількість інноваційно-активних підприємств, що відповідає показнику у 309 інноваційно-активних підприємств харчової промисловості, виробництва напоїв та тютюнових виробів.

Оскільки обмеженість джерел фінансування інноваційних процесів на підприємствах харчової промисловості не дозволяє їм формувати конкурентні переваги товарів за допомогою інноваційної діяльності, тому, як це характерно для кризового періоду, конкурентна боротьба переміщується у площину цінової конкуренції та конкуренції витрат.

Найбільш важливими цілями інвестиційної діяльності підприємств харчової промисловості України повинні стати:

- підвищення інноваційного потенціалу за рахунок зростання інноваційної складової;
- модернізація виробництва за рахунок впровадження інноваційних технологій.

Визначаючи задачі інвестиційної діяльності підприємств варто відзначити, що серед них найбільш актуальні:

- стимулювання інновацій та інноваційних технологій виробництва товарів;
- створення ефективної інноваційної інфраструктури, що забезпечує трансфер результатів сектору досліджень та розроблень в діяльність підприємств;
- створення нормативно-правової бази з підтримки інноваційної діяльності підприємств.

Для нормального функціонування на підприємстві інноваційного циклу від пошуку ідеї до виготовлення продукції, необхідно щоб дохід від реалізації нової продукції покривав витрати на проведення подальших розробок – створення нового покоління продукції.

Більшість підприємств харчової промисловості сьогодні обмежена у інвестиційних ресурсах для придбання та впровадження інновацій. Виходом із ситуації, що склалась, можна побачити у створенні об'єднань як вертикального, так і горизонтального типів з метою концентрації ресурсів для збільшення масштабів діяльності та зростання інноваційного потенціалу.

Найвищий ефект при реалізації політики відтворювальних процесів викликають інвестиції в основний капітал, якщо вони мають інноваційне спрямування. Інноваційне спрямування інвестицій дозволяє:

- забезпечувати розширене відтворення на підприємствах;
- при заміні обладнання ліквідувати моральний знос 2 типу;
- забезпечувати високі конкурентні переваги;
- формувати потреби споживача.

Основним завданням відтворювальних процесів стає забезпечення відповідності рівня розвитку підприємств галузі рівню науково-технічного прогресу та досягнення на цих засадах зростання ефективності використання основних виробничих засобів, що дасть можливість більш повно

використовувати сировину, збільшити вихід продукції з одиниці сировини, зменшити витрати живої праці, інтенсифікувати виробничі процеси.

Кінець XX початок XXI ст. для провідних країн став етапом переходу до постіндустріальної інформаційної економіки, в якій головним джерелом створення доданої вартості стала інноваційна діяльність. Інновації (нововведення) визначаються як зміни в продукції, технології, організації виробництва, праці, управління, структурі ринків та соціально-економічних умовах виробництва, які мають власним джерелом інтелектуальну (не лише наукову) діяльність, а результатом економічний, соціальний та екологічний ефект [2].

Основними рисами, які характеризують постіндустріальну інформаційну економіку, виступають:

- використання нових знань та передових технологій;
- збільшення значущості інтелектуальної складової товару;
- визначальним чинником економічного зростання стають наукомісткі товари;
- надання товару інтелектуального іміджу, бренду, пов'язаного із використанням наукових розробок, які гарантують здоров'я покупців, соціальну відповідальність компанії;
- збільшення внеску у формування приросту ВВП країни інновацій (у розвинутих країнах 60-70%);
- зростання ролі інформації при виробництві та реалізації товарів.

Враховуючі сучасні теоретичні підходи науковців, які займаються проблемами інноваційного розвитку економіки – М. Кастельса, Дж. Гелбрейта, В. Іноземцева та ін. можна виокремити такі риси, які притаманні постіндустріальній інформаційній економіці та які пов'язані із формуванням та використанням капіталу, що викликає прискорення темпів НТП:

- скорочення термінів морального зносу основних засобів;
- заміна обладнання в процесі зносу, як правило, принципово новим;
- зростання вартості високваліфікованої праці, що викликає зростання платоспроможного попиту на товари та послуги;
- амортизація виступає джерелом фінансування розширеного відтворення основних засобів;
- використання амортизації в процесі виробництва для поповнення як основного, так і оборотного капіталу.

Підприємства характеризуються різним сприйняттям інновацій. Інноваційний потенціал та сприйняття інновацій значною мірою залежать від параметрів організаційної структури, менеджменту, професійно-кваліфікаційного складу, зовнішніх умов господарювання.

Інновації характеризуються певним протиріччям. З одного боку інновації спрямовані на подолання консерватизму та існуючих поглядів, з іншого вони мають визначати на значне підвищення техніко-економічної ефективності діяльності організації. Робота з інноваціями та їх впровадження є досить ризикованим видом діяльності. Але ступінь ризику інноваційної діяльності різна.

Найбільший ступінь ризику характерний для впровадження принципово нових досягнень науки та техніки, які суттєво змінюють технічну та організаційну базу виробництва.

Інноваційний потенціал підприємства значною мірою визначається виробничими одиницями, які характеризують технологічні процеси підприємства. Чим більш активна роль підприємства у відтворювальному процесі, тим вищим є інноваційний потенціал. Чутливість організацій до інновацій скорочується по мірі збільшення обсягів виробництва (переважання крупносерійного та масового виробництва) та розвитку організаційної структури (її бюрократизації). Чим нижча чутливість організації до інновацій, тим важче виробництво піддається перебудові.

Найбільшу чутливість до інновацій демонструють вузькоспеціалізовані підприємства, оскільки їх орієнтація на задоволення конкретних запитів споживачів, вимагає від них більш гнучкої здатності перебудовувати виробництво залежно від характеру та темпів змін споживачьких симпатій. Такі підприємства мають найбільш мобільні організаційні структури, а їх діяльність найбільш чутлива до сучасних змін, викликаних науково-технічними тенденціями та організаційно-економічними новаціями. Впровадження технічних, організаційних та економічних новацій вимагає адекватних змін у всій діяльності підприємства, починаючи з менеджменту, закінчуючи виробництвом та маркетингом.

Інноваційна діяльність підприємств може бути спрямована на продуктові, технологічні інновації. Продуктові інновації визначають ступінь задоволення споживача товаром, а відтак цінову політику підприємства, частку ринку, на якому воно працює, можливості подальшого зростання ринкового сегменту [5].

Технологічні інновації на підприємствах харчової промисловості спрямовані переважно на зростання випуску продукції з одиниці сировини, випуск товарів із новими властивостями (функціональними, споживчими), випуск екологічно чистої та безпечної для здоров'я споживачів продукції.

Інноваційна активність підприємств проявляється у певних показниках, аналіз яких наведено нижче. Одним із таких показників може слугувати зміна кількості інноваційно-активних підприємств з виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів Вінницької області за 2005-2008 роки, у порівнянні із загальними тенденціями, що характерні для промислових підприємств (табл. 4) [3, ст. 376-377].

Таблиця 4

Кількість інноваційно-активних промислових підприємств Вінницької області

Кількість інноваційно-активних підприємств					
по роках	промисловість	темпи росту до попереднього року, %	у т.ч. підприємства з виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів	темпи росту до попереднього року, %	у відсотках до загальної кількості промислових підприємств області, %
2005	18	x	5	x	62,5
2008	39	216,7	16	320	41,0
2009	75	192,3	27	168,8	36,0
2008	50	66,7	17	64,0	34,0
2009	39	78	13	76,4	33,3
2010	45	115,3	14	107,6	31,1
2011	47	104,4	17	121,4	36,1

Ситуація, яка склалась із інноваційною діяльністю підприємств харчової промисловості, виробництв напоїв та тютюнових виробів Вінницької області, характеризується ще гіршими тенденціями, ніж по Україні в цілому. Якщо у 2005 році інноваційно-активні підприємства з випуску харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів становили 62,5% загальної кількості промислових підприємств Вінницької області, то у 2010 році їх чисельність зросла більше ніж у 3 рази, але зменшилась питома вага майже в половину.

Поступові зміни, що відбувались у структурі інноваційно-активних підприємств промисловості призвели до того, що у 2010 році питома вага інноваційно-активних підприємств харчової промисловості зменшилась до 34%.

Варто зазначити, що кількість інноваційно-активних підприємств має стрибкоподібну динаміку. Якщо у 2005 році таких підприємств у виробництві харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів було лише 5, то до 2011 року їх кількість зросла більше, ніж у 5,4 разів і склала 17. Показники 2011 року демонструють тенденцію до поступового збільшення чисельності інноваційно-активних підприємств у виробництві харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів до 17 одиниць. Інноваційна активність підприємств з виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів знаходиться у Вінницькій області на низькому рівні. Так, протягом 2009 – 2011 років у виробництві харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів до державного департаменту інтелектуальної власності подано лише 5 заявок на видачу охоронних документів на промислові зразки. Не було жодної заявки на винаходи, корисні моделі за цей період.

За цей же період було отримано патентів у Державному департаменті інтелектуальної власності підприємствами з випуску харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів на 7 корисних моделей у 2010 році (2,2% загальної кількості по області), по 2 промислових зразках у 2011 році (12,5% загальної кількості по області) та 1 – у 2010 році (16,7%). У 2011 – 2010 роках підприємствами виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів Вінницької області не було використано жодного об'єкту промислової власності та раціоналізаторських пропозицій. Це свідчення дуже незначної кількості інновацій в галузі.

Найбільше сумарне введення потужностей за цей період характерне для виробництва м'яса – 23,5 тонн за зміну та хлібобулочних виробів – 8,5 тонн на рік.

Попри інвестиційну привабливість підприємств з виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів варто зазначити, що рівень інвестицій у підприємства цього виду діяльності

залишається недостатнім, що відбивається на рівні впровадження інновацій та конкурентоспроможності продукції, яка на цих підприємствах випускається.

Література

1. Статистичний щорічник України за 2011 рік. /За ред. О.Г. Осауленка. – К.: ДП «Інформаційно-аналітичне агентство», 2011. – 566 с.
2. Данилина Е.И. Воспроизводство оборотного капитала в глобальной инновационной экономике / Е.И. Данилина // Электронный научный журнал Проблемы современной экономики.-№ 2(30) / [Электронный ресурс] / www/m-economy.ru/outher.php?
3. Пярнитс Ю.Э. Стратегия и тактика гибкого управления / Ю.Э. Пярнитс, Т.И. Савенкова.– М.: Финансы и статистика, 1991.– 189 с.
4. Скопина И.В. Восстановительные инвестиции в основной капитал как стратегический фактор экономического роста / И.В. Скопина, Ю.О. Бакланова, А.О. Скопин // Региональная экономика и управление: электр. науч. журн. / Вятский государственный университет - [Электронный ресурс]. – Киров: ООО "Международный центр научно-исследовательских проектов", 2007. - №1 (09) <http://region.mcnip.ru/modules.php?name=News&file=article&sid=115>
5. Біловодська О.А. Показники аналізу інноваційної діяльності: закордонний досвід / О.А. Біловодська [Електронний ресурс] / [http://www.rusnauka.com/12\\_KPSN\\_2010/Economics/63309.doc.htm](http://www.rusnauka.com/12_KPSN_2010/Economics/63309.doc.htm)

334.732.2.01

*Гнатківський Б.М., к.е.н., доцент,  
Бульботка О., здобувач,*

*Львівський національний університет імені Івана Франка*

**НАЦІОНАЛЬНА КРЕДИТНА КООПЕРАЦІЯ В КОНТЕКСТІ МІЖНАРОДНОГО ДОСВІДУ:  
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ**

Економіка першої половини XIX століття характеризувалась прискоренням промислового розвитку у західноєвропейських країнах. Як наслідок, перед тогочасними підприємствами постала проблема нестачі коштів для фінансування діяльності, а з плином часу ця проблема поширилась і на групи приватних осіб. Фінансово-кредитними установами, що функціонували на той час і які б могли задовольняти потреби у кредитних ресурсах, були банки, які, через свою незначну кількість, займали монопольне становище на кредитному ринку. Як наслідок, наявність значного попиту на кредитні ресурси і обмежений доступ до них, підвищували їх вартість, що ускладнювало діяльність як підприємств та окремих груп торговців, так і найманих працівників – громад, об'єднаних виробничими, професійними чи соціальними інтересами. Отже, в середині XIX століття виникла необхідність появи нових форм кредитування, які б здешевлювали та полегшували доступ до фінансових ресурсів та створювали конкурентне середовище на фінансовому ринку.

Ідеєю, яка задовольнила б описані вимоги була ідея кооперації – об'єднання зусиль окремих осіб чи груп осіб для досягнення певних цілей. Ідеологами такої філософії вважаються Роберт Оуен, Луї Блан та Шарль Фур'є, які обґрунтували економічні переваги кооперації як форми організації господарювання. В контексті проблеми, що розглядається, а саме, появи нової форми кредитування, ця ідея знайшла своє відображення у діяльності кредитних спілок.

Метою даної статті є розкрити традиції національної кредитної кооперації на території східної та західної України із середини XIX ст., проаналізувати особливості їх розвитку в контексті загальносвітових тенденцій. Охарактеризувати процес відновлення діяльності кредитних спілок в 90-х роках XX ст. із проголошенням незалежності України.

Вперше кооперації з'явилися у Англії у легкій промисловості, що можна пояснити тим, що, по-перше, тогочасна Англія характеризувалась найшвидшими темпами промислового розвитку серед країн західної Європи, а, по-друге, основу економіки Англії становило виробництво та торгівля тканинами та виробами з них. Перша в світі споживча кооперація була заснована ткачами в місті Рочдейл у 1844 році і мала вона такий вигляд: учасники кооперативу могли купувати у спеціально створеному кооперативному магазині товари за нижчими, ніж середньо ринкові, цінами та отримувати частину прибутку пропорційно до суми зроблених покупок.

У 1849 році ідея кооперативного кредитування була втілена в Німеччині у сільському господарстві. Причинами появи такої форми фінансування у Німеччині були:

1. Німеччина була однією з перших, за темпами розвитку, країн тогочасної Європи.