

### Висновки

Проведений вище аналіз витрат на отримання інформації шляхом реалізації маркетингових досліджень є лише теоретичною розробкою, яка опирається виключно на вторинні джерела. Не охоплює також усі питання, пов'язані з цією темою. Схиляє однак до роздумів над реальними витратами на маркетингові дослідження і на необхідність проведення досліджень у цій сфері. Цікавим здається, наприклад, питання, чи величина витрат, які призначаються підприємствами на здобування інформації, залежить від їх дійсних інформаційних потреб чи в більшому ступені від фінансових можливостей.

Проведення маркетингових досліджень і здобування ринкової інформації є, як згадано у вступі, необхідним для того, щоб успішно діяти на ринку. Наскільки дорогими є ці дії у практиці підприємства, надалі залишається питанням.

1. Breen G.E., Blankenship A.B. *Badania marketingowe w twojej firmie*, PWE. – Warszawa, 1995. 2. Dodge H.R., Fullerton S.D., Rink D. *Marketing Research*. – Culumbus, Ohio, 1982. 3. Drzazga M. *Miejsce i rodzaje informacji o konsumencie w systemie informacji marketingowej przedsiębiorstwa*, *Zeszyty Naukowe AE*. – Katowice, 1997, nr 141. 4. Hague P.N., Jackson P. *Do Your Own Market Research*, Kogan Page. – London, 1990. 5. Kędzior Z., Karcz K. *Badania marketingowe w praktyce*, PWE. – Warszawa, 2001. 6. Nokodemska – Wołowik A.M. *Jakościowe badania marketingowe*, PWE. – Warszawa, 1999. 7. Rutkowski I.P. *System informacji marketingowej – wartość i koszt informacji*, *Zeszyty Naukowe AE*. – Poznań, 1997, nr 242. 8. Tkaczyk J. *Badania marketingowe nie muszą być drogie „Marketing w Praktyce”*, 2001.

УДК 330.322:330.341.1

С.В. Князь, Н.Г. Георгіаді, В.А. Фльорко

Національний університет “Львівська політехніка”

## МОНІТОРИНГ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ТА ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

© Князь С.В., Георгіаді Н.Г., Фльорко В.А., 2003

**На основі огляду літературних джерел і проведених власних досліджень розкривається сутність поняття “моніторинг інвестиційних та інноваційних процесів”. За результатами досліджень уточнено етапи реалізації моніторингу.**

**In article on the grounds of checkup literary headwaters and own studies identify essence of the notion "monitoring investment and innovation process". For result of the studies is elaborated stages to realization of the monitoring.**

Об'єктивність управлінських рішень в інвестиційній та інноваційній діяльності значною мірою залежить від ефективності інформаційної системи підприємства. Найважливішими її складовими є підсистеми обліку, звітності та контролю. Залежно від фінансових можливостей підприємства інформаційна система може бути ручною або автоматизованою. Перша – передбачає побудову комунікаційних зв'язків між керівниками і підлеглими, між відділами баз технічних засобів зв'язку. Друга – передбачає наявність на підприємстві комп'ютерної мережі, що дає можливість автоматизувати процеси збору, обробки і розповсюдження інформації. Автоматизована система обліку, звітності і

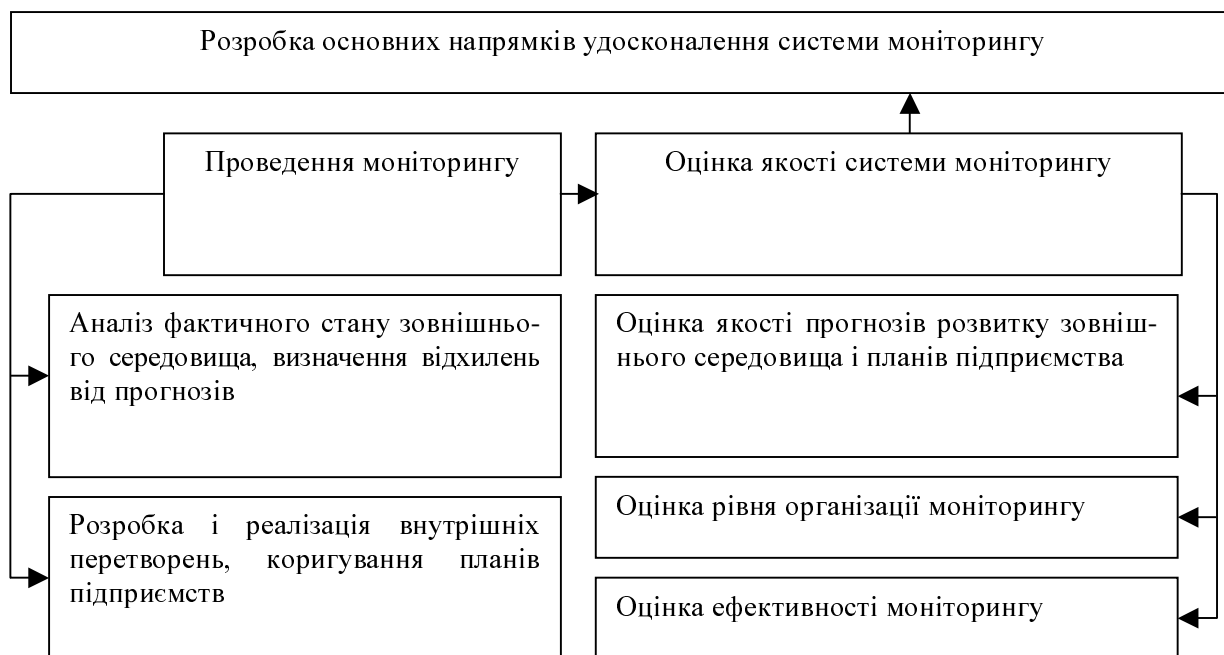
контролю істотно спрощує аналіз фінансової та іншої інформації, проте жодною мірою не виключає паралельного функціонування нетехнічних засобів інформаційного забезпечення господарських процесів на підприємстві.

Ефективність інформаційної системи підприємства оцінюється швидкістю і своєчасністю збору, обробки і розповсюдження інформації, її повнотою, достовірністю та об'єктивністю (об'єктивною є інформація, яка є документально підтверджена і піддається перевірці). Як бачимо, названі критерії характеризують інформацію, яка корисна для прийняття управлінських рішень. Для отримання такої інформації виняткове значення має рівень організації моніторингу підприємства, зокрема моніторингу інвестиційної та інноваційної діяльності. Моніторинг за сутністю є сукупністю етапів поточного контролю певних процесів і коригування ходу їх протікання. Його дієвість значною мірою залежить від доступності джерел інформації. На світовому ринку інформації виділяють такі основні сектори [8]: 1. Сектор цінової інформації (біржової, фінансової, комерційної, економічної, статистичної), який охоплює (біржову та фінансову інформацію про котирування цінних паперів, валютні курси, облікові ставки, ринки товарів і капіталів, інвестиції, ціни. Ця інформація подається біржами, спеціальними службами біржової та фінансової інформації, брокерськими компаніями, банками; економічну і статистичну інформацію – числову економічну, демографічну, соціальну; комерційну інформацію щодо компаній, фірм і корпорацій, профілю їхньої роботи і продукції, цін, фінансового стану тощо; ділові новини в області економіки і бізнесу, які надаються спеціальними інформаційними службами). 2. Сектор інформації для спеціалістів (науково-технічної та спеціальної, а також першоджерел), який охоплює: професійну інформацію (спеціальні дані та інформацію для юристів, лікарів, фармацевтів, викладачів, інженерів тощо); науково-технічну інформацію (документальну, бібліографічну і реферативну, довідкову інформацію та дані у галузі фундаментальних і прикладних, природничих, технічних і суспільних наук, галузей виробництва та сфер людської діяльності); доступ до першоджерел (організація доступу до джерел інформації через бібліотечні спеціалізовані служби, можливість придбання першоджерел, їх одержання за бібліотечним абонементом у вигляді повнорозмірних і мікрокопій). 3. Сектор масової та споживчої інформації, який охоплює (новини і літературу: інформацію служб новин і агенцій преси, електронні журнали, довідники, енциклопедії; споживчу і розважальну інформацію, яка орієнтована на домашнє, а не на службове користування).

В Україні недостатньо розвинена національна інформаційно-консультаційна інфраструктура, тому використовувані системи моніторингу не завжди є ефективними.

І. Бланк виділяє шість головних послідовних етапів системи моніторингу показників фінансової діяльності підприємства: побудова системи інформативних звітних показників за кожним видом фінансового контролінгу; розробка системи узагальнюючих показників, які відображають фактичні результати досягнення передбачених кількісних стандартів контролю; визначення структури і показників форм контрольних звітів виконання; визначення контрольних періодів за кожним видом фінансового контролінгу і кожною групою показників, які контролюються; встановлення розмірів відхилень фактичних результатів показників від встановлених стандартів; виявлення основних причин відхилень фактичних результатів показників від встановлених стандартів [1, с. 117 – 130].

Окремі економісти розглядають систему використання моніторингу частково, упускаючи її важливі складові. Зокрема М. Буднік запропонувала модель використання системи моніторингу, у якій аналіз фактичного стану зовнішнього середовища, визначення відхилень від прогнозів відділено від процесу оцінки якості системи моніторингу, що відображає схематична модель на рисунку.



*Використання системи моніторингу*

У результаті узагальнення огляду літературних джерел, можна стверджувати, що процес моніторингу фактично складається з п'яти етапів:

1. Підготовчий етап:

- вибір об'єктів перевірки;
- визначення предмета перевірки;
- визначення джерел отримання інформації;
- вибір методів перевірки.

2. Етап обробки інформації:

- класифікація інформації;
- ідентифікація явищ і тенденцій;
- встановлення причинно-наслідкових зв'язків виникнення певних явищ і тенденцій;
- аналіз достовірності отриманої інформації і перевірка правильності сформульованих висновків і розроблених рекомендацій.

3. Етап прийняття управлінських рішень.

4. Етап контролю за виконанням рішень і коригування ходу їх виконання.

5. Етап аналізу ефективності системи моніторингу.

У результаті реалізації етапів моніторингу керівництво отримує інформацію про явища і тенденції у перерізі операційної, фінансової та інвестиційної діяльності в межах проекту, а також інформацію про хиби моніторингу.

Дослідження показало, що ідентифікація процесу моніторингу має здійснюватись шляхом дотримання принципів системності і універсальності. Тобто зміст робіт, що проводяться на найважливіших етапах моніторингу, має бути універсальним до будь-якого об'єкта моніторингу. Систематизація повинна полягати у багатокритеріальності дослідження об'єкта моніторингу.

Важливими напрямками моніторингу інвестиційної та інноваційної діяльності є аналіз умов беззбитковості проекту і умов платоспроможності. Це дослідження, як правило, застосовують у двох випадках: 1) на щойно заснованих спеціалізованих підприємствах

венчурного типу з метою пропозиції на ринок конкретного продукту; 2) на діючих підприємствах, які пропонують на ринку продукти і послуги, що освоюються підприємством у порядку диверсифікації або оновлення виробництва, пошуку нових сфер діяльності [3, с. 75].

За дослідженнями російського економіста С. Валдайцева ключовим питанням моніторингу умов безбитковості є визначення таких значень витрат на закупівлю товарно-матеріальних запасів і таких необхідних обсягів продажу готового продукту, послуг, щоб максимізувати додатні грошові потоки і розмір отриманого прибутку. Умови безбитковості досліджуються для перевірки реалістичності рівня запланованих цін, витрат і обсягів продажу, при яких, як мінімум, буде забезпечена безбитковість проекту або роботи підприємства в цілому. Це важливо для планування фондів фінансових ресурсів, призначених для підтримки дієздатності підприємства до моменту виходу його у режим прибутковості.

Дослідження умов платоспроможності проекту є продовженням розвитку аналізу безбитковості. Воно може бути статичним і динамічним. Найважливішими ознаками цього аналізу є [3, 6]:

1. Аналіз збереження умов платоспроможності, що застосовується до ринку, який перебуває у фазі становлення, рекомендується здійснювати на основі попереднього аналізу безбитковості та запланованої ціни продукту, яка виявилась прийнятною при аналізі умов безбитковості. Тобто дослідження умов платоспроможності може бути зведене до уточнення обсягу випуску і продажу продукції, які б забезпечили підприємству платоспроможність за операціями з конкретним продуктом.

2. На ринку, який перебуває у фазі становлення, з'являється можливість впливати на величину валового доходу диверсифікацією ще не усталених по цьому продукті умов його оплати.

3. Майбутня динаміка платоспроможності й безбитковості на ринку, який перебуває у фазі становлення, значною мірою залежить від того, скільки часу підприємство зможе, незалежно від ринку, встановлювати вигідні для себе умови оплати нового продукту. Тобто, якщо на ринку запропоновано новий продукт, то ці умови визначаються тим, скільки часу підприємство-інноватор зможе залишатись монополістом на ринку.

4. При застосуванні динамічного аналізу умов платоспроможності в розрахунку на весь життєвий цикл продукту і значні коливання приросту його випуску у майбутньому може виникнути проблема обліку того, що негрошові витрати в одних майбутніх періодах повинні перетворюватись в одномоментні грошові витрати в інших планових періодах.

5. Аналіз умов збереження платоспроможності вимагає великого масиву інформації про кон'юнктуру ринку. Це інформація про попит на продукт, про перспективи укладання і дотримання з постачальниками і замовниками контрактів з певними умовами постачання і оплати, про фінансовий стан постачальників і споживачів тощо. З цієї причини цей аналіз на відміну від аналізу безбитковості може проводитись не на декілька календарних періодів вперед, а перед кожним наступним періодом.

6. Підприємству на ринку, який формується, необхідно уникати ситуацій, коли протягом декількох періодів в результаті маневрування умовами оплати продукції підприємство за розрахунками є прибутковим, але не платоспроможним. Це може негативно вплинути на подальші перспективи розвитку підприємства, перетворити його на боржника, наприклад, із сплати податків із реально показаних у звітності, але не отриманих фактично прибутків.

7. Аналіз умов збереження платоспроможності підприємства вимагає підвищеної консервативності в оцінках ринкових цін, попиту тощо.

Як бачимо, одним із підходів до здійснення моніторингу ходу реалізації інвестиційних та інноваційних проектів є аналіз абсолютних і відносних показників. Проте в багатьох випадках стандартний формальний аналіз коефіцієнтів неможливо застосувати в повному обсязі. Тоді використовують так званий метод фінансового моделювання. За дослідженнями А. Горбунова застосування потокових методів є набагато ефективнішим за найдетальніший аналіз фінансових коефіцієнтів компанії, оскільки вони враховують усі відгалуження фінансових потоків, процес руху і нагромадження різного виду ресурсів. Разом з цим зауважимо, що грамотна побудова моделі фінансових потоків компанії вимагає значних витрат часу і коштів. Крім того, ці витрати не гарантують того, що застосування заходів комплексної автоматизації однозначно дасть позитивний результат. Позитивним результатом прийнято вважати створення оптимальної моделі організації взаємодії збутових, постачальницьких і виробничих підрозділів підприємства, що сприяє економії витрат на операційну діяльність підприємства. У світовій практиці цієї мети часто досягають шляхом застосування контрактації виробничих послуг. Використовуючи сучасні методи управління фінансовими потоками і відповідні експертні системи, можна виявляти «вузькі» місця в управлінні фінансовими і товарно-матеріальними потоками підприємства. Це один з перспективних способів моделювання цілісної картини руху фінансових та інших потоків підприємства, який варто застосовувати як підготовчий етап на шляху до повної автоматизації управління потоками на підприємстві. При цьому значно зростає точність прийняття рішень у сфері управління ресурсами підприємства. Менеджери за таких умов можуть адекватно систематизувати показники і ухвалювати рішення в руслі загальноприйнятої стратегії фінансового розвитку підприємства в цілому та інноваційного проекту зокрема. Це сприяє реалістичності фінансового планування на підприємстві, а також розв'язанню таких завдань, як: визначення оптимального розміру запасів; проведення контролю за ритмічністю виробництва, управління резервами оборотних коштів і матеріальних запасів [4, с. 49 – 49, 64 – 65].

Аналіз літературних джерел на інвестиційну та інноваційну тематику показав, що існує неточне уявлення окремих авторів про рух інформаційних потоків в процесі моніторингу інвестиційної та інноваційної діяльності. Як відомо, головною характеристикою моніторингу є дія в реальному часі. Тому, на нашу думку, зображена схема є занадто формалізованою і узагальненою, тому вона неточна. По-перше, суб'єктами моніторингу є ті, хто контролює процес, і ті, кого контролюють. Крім того, особи, які ухвалюють управлінські рішення, в тому числі регулюючі, не завжди виконують контрольні функції. Зокрема у міжнародній практиці аудиту важливим є розподіл функцій між працівниками одного підприємства для забезпечення ефективної системи внутрішнього контролю. Тут йде мова про те, що в системі господарського циклу підприємства на стадії отримання доходів, важливим є те, щоб такі функції, як: 1) надання дозволів на здійснення операцій; 2) фізичне зберігання активів; 3) відповідальність за ведення бухгалтерських записів були розподілені між різними особами [5].

Результатом моніторингу є підготовка інформації для керівництва з метою прийняття рішень. Рішення приймаються на усіх стадіях моніторингу, оскільки це – поточна діяльність. Тому вони впливають на суб'єктів моніторингу, засоби моніторингу, процес моніторингу, продукт моніторингу [7].

Ефективність системи моніторингу інвестиційних та інноваційних проектів залежить від рівня якості побудови комунікаційних каналів на підприємстві. За дослідженнями

професора А. Казанцева, сутністю функції комунікації в інноваційному менеджменті є обмін інформацією між учасниками інноваційного процесу з метою ефективної організації діяльності інноваційного підприємства. При цьому він об'єктивно стверджує, що найдрібніша ланка комунікаційної системи складається з таких елементів, як: комунікатор (відправник інформації), комунікант (отримувач інформації) і комунікаційний канал, який забезпечує прямий і зворотний зв'язки між цими суб'єктами. Комунікації в інноваційному менеджменті відображають безперервний процес обміну інформацією між учасниками інновацій. При цьому варто пам'ятати, що передача інформації є тільки однією із складових комунікаційного процесу поряд з контролем, а точніше моніторингом [6].

Огляд літературних джерел і власні дослідження дають змогу стверджувати, що завданнями комунікаційного процесу є, забезпечити: 1) повноту і адекватність сприйняття інформації суб'єктами інноваційного процесу; 2) оперативність контролю за інформаційними потоками і їх змістом.

Підсумовуючи сказане, зауважимо: сукупність суб'єктів інвестиційної та інноваційної діяльності, об'єктів моніторингу, методів і джерел отримання інформації, управлінських рішень, методів регулювання інвестиційної та інноваційної діяльності, методів проведення моніторингу є системою моніторингу інвестиційного та інноваційного процесів. Моніторинг реалізовується шляхом акумулювання і обробки інформації про об'єкт моніторингу; прийняття управлінських рішень; здійснення контролю за їх виконанням і коригування ходу виконання рішень. Завершується процес моніторингу проведенням аналізу його ефективності.

Покращання умов для регулювання результатів інвестиційної та інноваційної діяльності є необхідною умовою для прискорення економічного зростання. Дослідження показали, що виконання цього завдання вимагає створення умов для проведення якісного моніторингу ринків і зміни підходу до стимулювання ефективної діяльності суб'єктів інвестиційної та інноваційної діяльності. Налагодження дії організованого ринку економічної інформації сприятиме прогнозованості кон'юнктури. Інформаційне поле забезпечить прозорість ринку і відкритість інформації, тобто умови для потенційно ефективного регулювання національної економіки та успішності розвитку окремих підприємств.

1. Бланк И.А. Основы финансового менеджмента. Т 1 – 2. – К., 1999. 2. Буднік М.М. Адаптація промислових підприємств до ринкових умов господарювання: Автореф. дис... канд. екон. наук. 08.06.01 /Харківський державний економічний університет. – Харків, 2002. 3. Валдайцев С.В. Управление инновационным бизнесом: Учеб. пособие для вузов. – М., 2001. 4. Горбунов А.Р. Управление финансовыми потоками и организация финансовых служб предприятий, региональных администраций и банков. – М., 2000. 5. Робертсон Дж. Аудит. – М., 1993. 6. Инновационный менеджмент: Справ. пособие. – М., 1998. 7. Тувакова Н.В. Моніторинг інноваційних проектів під час прийняття ефективних управлінських рішень // Менеджмент і міжнародне підприємництво: Зб. матеріалів Міжнар. наук.-прикл. конференції, 27 грудня 2001 р. – Львів, 2001. 8. Гужва В.М., Постєва А.Г. Інформаційні системи в міжнародному бізнесі: Навч. посібник. – К., 1999.