

УДК 330.341.1:001.895

DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2019-6.48>**Скворцов І.Б.**

доктор економічних наук,  
професор кафедри економіки підприємства,  
Національний університет «Львівська політехніка»

**Гринад Л.П.**

кандидат економічних наук,  
старший викладач кафедри економіки та менеджменту,  
Національний університет «Львівська політехніка»

**Скворцов Д.І.**

кандидат економічних наук,  
асистент кафедри технологій управління,  
Національний університет «Львівська політехніка»

## ІННОВАЦІЙНІСТЬ ЯК ВИМІРЮВАЧ ЕКОНОМІЧНОЇ ІННОВАЦІЇ

*У статті розглянуто сутність економічної інновації та показник, яким її можна вимірювати. Це «інноваційність» і його особливість полягає у тому, що він визначається економічним прибутком (надприбутком). Запропоновано метод розподілу бухгалтерського прибутку на складові елементи – нормальний та економічний прибутки. Розкрито причину утворення економічного прибутку. Він утворюється внаслідок економії умовно-постійних витрат, що виникає під час упровадження інноваційних рішень. Метод визначення цього прибутку базується на розрахунку економічної потужності підприємства, оскільки ця потужність визначає точку, від якої цей прибуток починає утворюватися, тому основним предметом дослідження має бути не точка безбитковості, а точка економічної потужності. Ця точка має два значення: відповідає рівноважному значенню між попитом і пропозицією і визначає значення «нормального прибутку». Засобом, який дає можливість описувати і досліджувати усі ці процеси та показники, є функціональний опис економічних явищ та процесів.*

*Ключові слова:* інновація, економічна інновація, нормальний і економічний прибуток, економічна потужність підприємства, функціональний опис економічних явищ.

## ИННОВАЦИОННОСТЬ КАК ИЗМЕРИТЕЛЬ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИННОВАЦИИ

**Скворцов И.Б., Гринад Л.П., Скворцов Д.И.**

*В статье рассмотрена сущность экономической инновации и показатель, которым ее можно измерять. Это показатель – «инновационность» и его особенность заключается в том, что он определяется экономической прибылью (сверхприбылью). Предложен метод распределения бухгалтерской прибыли на составные элементы – нормальной и экономической прибыли. Раскрыта причина образования экономической прибыли. Она образуется в результате экономии условно-постоянных расходов, возникающих при внедрении инновационных решений. Метод определения этой прибыли базируется на расчете экономической мощи предприятия, поскольку эта мощь определяет точку, от которой эта прибыль начинает образовываться, поэтому основным предме-*

том исследования должна быть не точка безубыточности, а точка экономической мощи. Эта точка имеет два значения: соответствует равновесному значению между спросом и предложением и определяет значение «нормальной прибыли». Средством, которое дает возможность описывать и исследовать все эти процессы и показатели, является функциональное описание экономических явлений и процессов.

**Ключевые слова:** инновация, экономическая инновация, нормальная и экономическая прибыль, экономическая мощь предприятия, функциональное описание экономических явлений.

## INNOVATION AS A MEASURER OF ECONOMIC INNOVATION

Skvortsov Igor, Grynash Liliia, Skvortsov Denys

*The article deals with the essence of economic innovation and an indicator of how it can be measured. The name of this indicator is "innovation". Its peculiarity is that it is determined by economic profit (extra profit). The method of dividing accounting profit into components – normal and economic income – is proposed. There is a method we propose to justify normal profit, but the article considers a simplified version – this profit should correspond to the value of profitability of products, which is included in the price. Within a single enterprise, we distinguish four types of innovation: logistic, production, marketing and economic. Economic profit is a value that exceeds the value of normal profit. The reason for the formation of economic profit is revealed. It is created as a result of the cost savings that arise from the implementation of innovative solutions. The method of determining this profit is based on the calculation of the economic power of the enterprise, since this power determines the point from which this profit begins to form. The main subject of research should be not the break-even point, but the point of economic power. This point has two values: it corresponds to the equilibrium value between supply and demand, defines the value of "normal profit". A tool to describe and explore all these processes and indicators is a functional description of economic phenomena and processes. There are three main functions used in this study: the demand function and the two supply functions, cost and value. These functions are viewed from the perspective of the economist (exogenous economic system). Demand function – means that will be paid by the consumer for the output (ie real demand is not considered). Supply functions: cost – costs (fixed and variable) incurred by the manufacturer of the product when producing the corresponding volume of production; value proposition is a cost proposition to which normal profit is added. The consideration of normal profitability in the value proposition function depends on the pricing scheme used in the enterprise. Therefore, the article considers the most generalized version of the possible scheme.*

**Keywords:** innovation, economic innovation, normal and economic profit, economic power of the enterprise, functional description of economic phenomena.

**Постановка проблеми.** Питання інновацій та інноваційного розвитку підприємств є актуальними для будь-яких галузей та держав. Тому не дивно, що на цю тематику існує значна кількість наукових досліджень та публікацій. Це також має логічне пояснення, оскільки будь-яка інновація обов'язково охоплює різні сфери людської діяльності: наукову, виробничу, споживчу тощо. А тому у такому процесі під час проходження різних етапів відбуваються як кількісні, так і якісні зміни, які, на нашу думку, потребують також різних методів моделювання та дослідження.

Відповідним недоліком значної кількості досліджень, які стосуються цієї теми, є те, що в них інновація розглядається як якесь аморфне й абстрактне поняття, яке може існувати самостійно, тобто без будь-якої конкретизації. У цьому також немає нічого дивного, оскільки будь-яке нове поняття, показник або процес здебільшого також проходили через етап абстрактного дослідження й усвідомлення. Але після нього має відбуватися наступний етап – його конкретизація. Тобто класичний шлях науки «від абстрактного – до конкретного» ще ніхто не зміг оминати. А для інновацій цей етап, на нашу думку, дещо затримується.

Для реалізації цього підходу треба передусім усвідомити, про яку конкретно інновацію в будь-якому дослідженні йдеться: наукову, технічну, виробничу, економічну, маркетингову тощо? Без такого розподілу створити науково обґрунтовану модель дослідження цього процесу, на нашу думку, просто неможливо, оскільки на кожному етапі предмет і об'єкт дослідження принципово змінюються. Створити теоретичну модель (описати формулами) або конструкторську модель, або

навіть пробну зовсім не означає можливість здійснення виробничого етапу, бо на кожному з них вирішуються зовсім різні питання і виникають різні проблеми.

У межах окремого підприємства ми виділяємо чотири види інновацій: логістичну, виробничу, маркетингову та економічну. Перші три види є очевидними і зрозумілими, а от з економічними інноваціями питання більш дискусійне. У цій публікації розглядатиметься саме цей вид інновацій.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Поняття «інноваційна діяльність» у більшості наукових праць [1; 6] розглядається відповідно до Закону України «Про інноваційну діяльність»: діяльність, що спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів і послуг [1]. У цьому разі основна увага акцентується на кінцевому результаті – випуску нових товарів і послуг. І цей підхід є переважно виправданий, але не повною мірою розкриває всю складність інноваційного процесу. Тому в межах цієї статті інноваційна діяльність визначається відповідно до збірника праць під назвою «Керівництво Осло»: інноваційною діяльністю є всі наукові, технологічні, організаційні, фінансові та комерційні дії, що реально призводять до здійснення інновацій або задумані із цією метою [4]. Згідно з «Керівництвом Осло», більшість видів інноваційної діяльності є інноваційними самі по собі, оскільки передбачають випуск нових видів продукції або послуг [2; 3], але є деякі, які не закінчуються впровадженням нових видів продукції, але теж є невід'ємним складником інноваційної діяльності [5]. Дослідження саме таких випадків передбачається у цій статті.

**Постановка завдання.** Метою дослідження є розкриття сутності економічної інновації й обґрунтування показника, яким її доцільно вимірювати.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Необхідність утворення економічної інновації обґрунтовується двома причинами: по-перше, всі інші інновації мають завершуватися саме нею; по-друге, вона може існувати як самостійне явище. Ці властивості пояснюються її означенням.

Економічна інновація – реалізація будь-якого заходу, який на підприємстві створюватиме умови для отримання надприбутку.

Очевидно, що найбільш розповсюдженим заходом для створення таких умов є впровадження інновацій. Але не все так просто. Космічна галузь, яка є найбільш інноваційною, почала окупатися майже через п'ятдесят років. А випуск у США в середині минулого століття кольорових телевізорів був збитковим протягом двадцяти років. Усе це свідчить про те, що ракетобудування і випуск кольорових телевізорів, без сумніву, треба розглядати як інноваційне виробництво, але воно тривалий час не досягало рівня економічної інновації. Можна навіть зробити узагальнення, що чим революційніше відкриття застосовується в інновації, тим тривалішим буде лаг між виробничою й економічною інноваціями, а тому його треба враховувати під час дослідження будь-якої інновації.

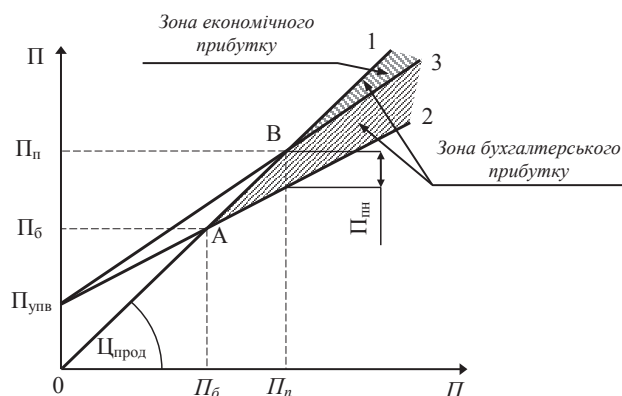
Існує й інше логічне запитання: а чому економісти раніше не виділяли цього виду інновацій? Відповідь на нього також проста. Для виділення будь-якої інновації, на нашу думку, має існувати система показників, якими можна обґрунтувати її наявність. Ми вважаємо, що для економічної інновації такими показниками можуть бути тільки ті, які базуються на величині отриманого надприбутку, оскільки отримання нормального прибутку для інноваційного проекту є недостатньою величиною, бо вона не компенсує всі ризики і додаткові лагові витрати в період її освоєння.

Але при цьому виникає ще одна проблема. Тепер в економіці відсутні методи теоретичного обґрунтування величини нормального й економічного прибутків (останній ми розглядаємо як надприбуток). Розрахунок нормального прибутку, який базується на використанні теоретичного або статистичного значення інвестиційної норми прибутку, нами запропоновано в [3]. Але у цій публікації ми розглянемо спрощений варіант, коли рентабельність продукції прийматиметься за усередненим значенням для підприємств, які здійснюють однаковий вид економічної діяльності, оскільки обґрунтування ще й цього показника потребує значно більшого дослідження.

Розрахунок економічного прибутку залежить, головним чином, від вибраної схеми ціноутворення на конкретному підприємстві. Тепер ми розглянемо найбільш просту модель.

У традиційній економіці вже досить давно започаткували розрахунок точки беззбитковості. Важливість цієї точки очевидна, оскільки вона дає можливість теоретично обґрунтувати, за якої продуктивності (інтенсивності) випуску продукції на підприємстві почне утворюватися прибуток (рис. 1, т. А).

Проте цьому традиційному підходу притаманні такі два недоліки: отримані залежності описуються не функціонально, а як результат логічних міркувань; розраховується єдиний показник – одна з координат точки без-



**Рис. 1.** Визначення точки беззбитковості (т. А) і економічної потужності підприємства (т. В), де  $P_{унв}$  – умовно-постійні витрати;  $P_{нн}$  – річна величина нормального прибутку;  $C_{прод}$  – ціна продукції

збитковості. Тобто опис умов, за яких ця лінійна модель є коректною, які інші залежності можна розглядати у цій площині, як ця площина може утворювати інші простори, у традиційному підході не досліджують.

Основні елементи запропонованого нами підходу такі:

- 1) якщо підприємство функціонує на ринку досконалої конкуренції, то всі залежності описуються лінійно, бо ціна не залежить від зміни обсягів;
- 2) на осях координат відкладаються обсяги випущеної продукції в натуральних (П) і грошових (П) одиницях, а також їхні складові елементи;
- 3) досліджуються три залежності: функція попиту (лінія 1) і функції пропозиції собівартісної та вартісної (лінії 2 і 3).

Ці функції описуються такими виразами (для адитивної схеми ціноутворення [3]):

$$P_{ноп} = C_{прод} \cdot P, \quad (1)$$

$$P_{проп}^c = P_{унв} + C_{узв} \cdot P, \quad (2)$$

$$P_{проп}^e = P_{унв} + C_{узв} \cdot (1 + H_n) \cdot P, \quad (3)$$

де  $P_{ноп}$ ,  $P_{проп}^c$  і  $P_{проп}^e$  – функції попиту та пропозицій собівартісної і вартісної;  $C_{прод}$  і  $C_{узв}$  – ціна продукції і умовно-змінні витрати в її складі;  $H_n$  – норма прибутку, яка у цій формулі відповідає значенню рентабельності продукції, що розраховується відносно величини умовно-змінних витрат.

Дві найбільш важливі точки цієї площини визначаються за умови рівності функцій попиту і пропозицій. Тільки для визначення координат точки беззбитковості треба прирівняти вирази (1) і (2), а для економічної потужності – вирази (1) і (3). Розв'язавши отримані рівняння, можна отримати такі формули:

$$P_b = \frac{P_{унв}}{C_{прод} - C_{узв}} \quad (4)$$

$$P_n = \frac{P_{унв}}{C_{прод} - C_{узв} \cdot (1 + H_n)}, \quad (5)$$

де  $P_b$  і  $P_n$  – координати точок беззбитковості і економічної потужності підприємства, які визначають обсяги випущеної продукції в натуральних одиницях вимірювання.

Для розрахунку других координат цих точок, що визначатимуть обсяги цієї продукції, але в грошових



одинах вимірювання, треба ці координати перемножити на ціну продукції

$$P_6 = P_{\text{прод}} \cdot P_6 \quad (6)$$

$$P_n = P_{\text{прод}} \cdot P_n \quad (7)$$

Ці координати використовуються нами для моделювання і розрахунку більшості економічних процесів, які відбуваються на підприємстві.

Наступним недоліком традиційного економічного підходу, вважаємо, є те, що більша частина економічних понять і показників трактується однозначно, тобто без урахування специфіки предмета й об'єкта дослідження, які здійснюють різні фахівці на підприємстві: менеджери, маркетингологи, економісти тощо.

Наприклад, ще з радянських часів під потужністю підприємства економісти розуміють максимальний річний обсяг випущеної продукції. Без сумніву, це важливий показник, але він однобічно характеризує підприємство, виключно з його технологічних можливостей – із позиції операційного менеджменту. І при цьому не надає жодної інформації стосовно його прибутковості або рівня задоволення попиту споживачів тощо. А ці останні показники для будь-якого потенційного інвестора є більш важливими, чим той попередній, оскільки вони більш конкретно характеризують основний зміст його діяльності в ринкових умовах.

Нами запропоновано три види економічної потужності підприємства: з позицій менеджменту, маркетингу і економіки. Перше визначення ми вище вже наводили, а з позицій маркетингу – це такий обсяг випущеної продукції, який відповідає попиту.

Економічна потужність підприємства визначає, за якої продуктивності випуску продукції на підприємстві отримуватимуть «нормальний прибуток», що відповідає рентабельності, яку закладають у ціну (це спрощений варіант, оскільки для повного розрахунку цього показника треба значно більше інформації, а відповідно, й розрахункових дій).

В економічних дослідженнях точка економічної потужності (т. В), на нашу думку, відіграє значно більшу роль, аніж попередня (т. А). Це зумовлено тим, що вона визначає, з якого моменту на підприємстві почне утворюватися економічний прибуток – надприбуток, оскільки саме цей показник цікавить будь-якого інвестора, а не умова, коли він отримуватиме нульовий прибуток.

Ця точка має й інше теоретичне значення – вона відповідає рівноважній точці, довкола якої відбуваються коливання обсягів виробництва (цю площину ще в 1904 р. в «Економічних нарисах» уперше дослідив В.К. Дмитрієв, але він розглядав її для монопольного виробництва; на жаль, його моделі не отримали належної підтримки та розвитку й фактично забуті).

Зміну величини економічного прибутку від зміни обсягів випущеної продукції можна визначити, якщо від виразу (1) відняти вираз (3) і виконати додаткові скорочення:

$$P_{\text{пр}}^e = P_{\text{упв}} \cdot P - P_{\text{упв}} \quad (8)$$

де  $P_{\text{упв}}$  – умовно-постійні витрати у складі ціни продукції.

Із виразу (8) видно, що величина економічного прибутку цілком залежить від двох чинників: умовно-постійних витрат і обсягів виробництва. Внаслідок цього ми виділяємо три можливі варіанти зміни вели-

чини економічного прибутку, які можуть спостерігатись на підприємстві:

1) якщо обсяги виробництва ( $P$ ) є меншими від економічної потужності підприємства ( $P_n$ ), то цей прибуток матиме від'ємне значення;

2) якщо обсяги виробництва відповідають потужності підприємства ( $P = P_n$ ), то економічний прибуток дорівнюватиме нулю;

3) якщо обсяги виробництва ( $P$ ) є більшими від економічної потужності підприємства ( $P_n$ ), то цей прибуток матиме додатне значення.

Із цього аналізу видно, що показник «економічна потужність підприємства» є головним чинником, який перерозподіляє економічний прибуток на дві зони – збиткову і надприбуткову. Очевидно, що власників і інвесторів цікавить передусім те, щоб підприємство не покидало цю надприбуткову зону. А це, на нашу думку, можна реалізувати, якщо існуватиме економічний показник, котрий визначатиме її наявність або умови, за якими існують можливості у цю зону попадати.

Таким показником, вважаємо, може стати економічне поняття, яке ми назвали інноваційністю [5]. Його сутність – кількісний вимірник ефективності економічної інновації. Це відносний показник, який визначається за виразом:

$$E_{\text{ін}} = \frac{P_{\text{пр}}^e}{K_{\text{ін}}}, \quad (9)$$

де  $E_{\text{ін}}$  – коефіцієнт економічної інноваційності;  $P_{\text{пр}}^e$  – економічний прибуток;  $K_{\text{ін}}$  – кошти на реалізацію інноваційного заходу.

Економічний зміст цього показника не має викликати запитань для економістів, оскільки він значною мірою нагадує показник загальної ефективності капітальних вкладень, який застосовується в економіці вже давно. А от стосовно коштів, які виділяються на захід, питання можуть виникати. Та й причину утворення економічного прибутку, як свідчить наш досвід, значна частина економістів не дуже чітко уявляє. І для цього є об'єктивні причини, оскільки на цю тему є мало обґрунтованих досліджень.

Уся складність полягає у тому, що в економіці, з незрозумілих нам причин, чітко не відокремлюють, а головне – не моделюють, процеси виготовлення продукції та її реалізації. Це, з одного боку, дуже споріднені процеси, але з іншого – вони мають значні особливості, які треба чітко уявляти (рис. 2).

Ці графіки ми спеціально побудували на числових даних, щоб будь-хто їх зміг перевірити і розібратися у сутності розглянутих процесів.

Основні показники умовного підприємства наведено в табл. 1.

Розглянемо особливості моделювання виробничого процесу (рис. 2а). Основними його залежностями є лінії 2 і 3 – функції пропозиції собівартісної і вартісної, які описуються виразами (2) і (3). Існує також додаткова залежність умовно-постійних витрат (УПВ), яка позначена лінією 4, оскільки вона рідко використовується (але в нашому прикладі вона потрібна).

Виготовлення і випуск продукції є ендогенним (внутрішнім) процесом, який відбувається на підприємстві, а тому всі його показники треба також розглядати як внутрішні. Внаслідок цього собівартість продукції визначатиметься як сума всіх витрат, що відповідає сумі

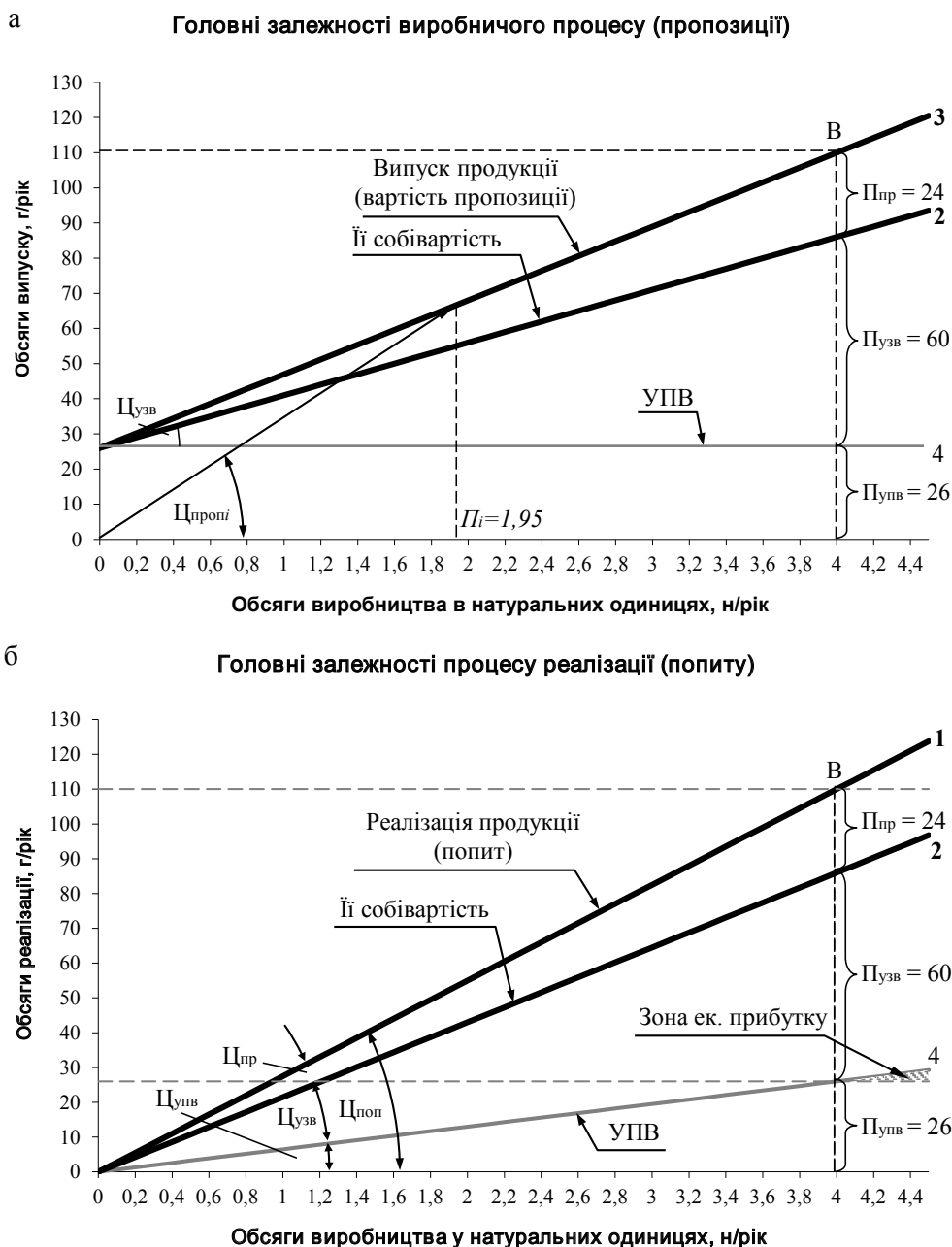


Рис. 2. Головні залежності процесів виробництва продукції (пропозиції) та її реалізації (попиту)

умовно-постійних та умовно-змінних. Але останні залежать від обсягів, а тому це має відповідати виразу (2). Вартість, з якою продукція покидає підприємство, відрізняється від попереднього показника тим, що в її склад входить прибуток. Існують різні методи врахування прибутку в складі випущеної продукції, але здебільшого це

здійснюють із використанням різних видів «норми прибутку», які можуть визначати його від собівартості, від заробітної плати робітників основного виробництва, від умовно-змінних витрат тощо (тепер ми використали останній метод). Тобто в побудові ліній (2) і (3) проблем навіть зі студентами не виникає.

Таблиця 1. Основні показники діяльності підприємства

Назва економічного поняття	У складі					
	Потужності			ціни		
Умовно-постійні витрати	$P_{у\text{пв}} =$	26	г/р	$C_{у\text{пв}} =$	6,5	г/н
Умовно-змінні витрати	$P_{у\text{зв}} =$	60	г/р	$C_{у\text{зв}} =$	15	г/н
Прибуток	$P_{\text{пр}} =$	24	г/р	$C_{\text{пр}} =$	6	г/н
Потужність і ціна	$P_{\text{ц}} =$	110	г/р	$C_{\text{ц}} =$	27,5	г/н

Примітка: г, н і р – одиниці вимірювання грошові, натуральні і річні.

Основна проблема виникає у розумінні сутності показника «ціна пропозиції». Оскільки ціна – це вартість одиниці продукції, то для цього треба вираз (3), який визначає вартість випущеної продукції, поділити на її кількість:

$$\Pi_{\text{проп}}^i = \frac{\Pi_{\text{ув}}}{\Pi_i} + \Pi_{\text{ув}} \cdot (1 + H_n). \quad (10)$$

Якщо цей вираз розглядати з математичних позицій, то це гіпербола. А це означає, що за зменшення обсягів виробництва ціна зростатиме, а за збільшення, навпаки, зменшуватиметься. Наприклад, перевіримо ціну пропозиції для обсягу, який показано на рис. 2а. Підставивши у вираз (10), отримаємо:

$$\Pi_{\text{проп}}^i = \frac{26}{1,95} + 15 \cdot (1 + 0,4) = 13,33 + 21 = 34,33 \text{ (г/н)}.$$

Якщо цю ціну порівняти з рівноважною, яка показана в табл. 1 й яка відповідає ринковій, то видно, що вона її перевищує:  $34,33 \text{ г/н} > 27,5 \text{ г/н}$ . У точці В ці ціни співпадатимуть, а далі, коли обсяги зростатимуть, вона буде меншою від ринкової. Виникає запитання: чому? Але щоб дати відповідь на нього, треба розглянути особливості процесу реалізації продукції.

З рис. 2а видно, що основними залежностями є дві лінії 1 і 2 – реалізації продукції і її собівартості. Існує також додаткова лінія 4, яку в нашому дослідженні треба також урахувувати. Особливістю усіх цих залежностей є те, що вони починаються з початку координат. Цим вони принципово відрізняються від попередніх залежностей, оскільки у процесі виробництва вони всі починалися з умовно-постійних витрат. Це зумовлено тим, що для процесу виробництва головним показником є собівартість і всі її складові елементи, а ціна і прибуток менеджерів нижчої і середньої ланок практично не цікавить. А споживача цікавить зовсім інше – ціна товару. Оскільки ми розглядаємо підприємство, яке функціонує на ринку досконалої конкуренції, то ця ціна вже існує і виробник практично не може на неї вплинути, тому реалізацію продукції треба моделювати (і планувати) виходячи із цієї ціни.

Тобто якщо ми знаємо свої витрати – постійні і змінні на одиницю продукції ( $\Pi_{\text{ув}}$ ) і в ціну плануємо закладати норму прибутку, яка відповідає середньому рівню для таких підприємств (наприклад,  $H_{\text{п(ув)}}$  = 0,4), то можна визначити його економічну потужність за виразом (5):

$$\Pi_n = \frac{26}{27,5 - 15 \cdot (1 + 0,4)} = 4 \left( \frac{n}{p} \right).$$

Тобто треба випускати чотири натуральні одиниці виробу за рік, для реального підприємства це може бути 4 тис. шт. виробів за рік тощо.

Знаючи ці показники і сутність цих двох процесів, ми можемо дослідити два їх спільні елементи: чому точка В на графіках відповідає рівноважній і яка при-

чина утворення економічного прибутку (це також пояснює, чому ціна пропозиції після т. В є меншою від ринкової)?

Точка В, яка показана на рис. 2 а і б, є рівноважною тому, що тільки в ній всі показники випущеної і реалізованої продукції співпадають загалом і за складовими елементами – постійними, змінними витратами і прибутком, як показано на рисунку.

Грошова форма прибутку утворюється в процесі реалізації продукції. З рис. 2б видно, що споживач виплачуватиме за придбану продукцію тільки таку суму, яка відповідає її конкретній кількості і ринковій ціні. А це відповідає функції попиту, тобто лінії 1. На цьому роль споживача завершується, оскільки далі аналізувати повинен виробник.

Наприклад, якщо виробник організував виробництво і збут продукції, який відповідає обсягу  $\Pi_i = 4,4 \text{ н/р}$ , то споживач йому фактично оплатить усі витрати і прибуток пропорційно до ринкової ціни і складових елементів потужності підприємства. Тобто суми нормального прибутку зростуть пропорційно до росту УЗВ, а вони зростуть пропорційно до обсягів... Але з графіка видно (лінія 4), що і УПВ зростають пропорційно до обсягів виробництва. Однак ми знаємо, що за таких незначних змін цей показник залишається сталим, тому приросту цих витрат просто не відбуватиметься. Заштрихована зона на рис. 2б показує причину утворення економічного прибутку, яка за числовими значеннями і площею повністю відповідає зоні, яка показана на рис. 1. Тільки остання є формою перерозподілу бухгалтерського прибутку на складові його елементи – нормальний та економічний.

**Висновки з проведеного дослідження.** На підставі виконаного дослідження можна зробити такі висновки: 1) запропоноване поняття економічної інновації доповнює методологію моделювання та дослідження інновацій та інноваційного процесу; 2) інноваційність як відносний економічний показник доцільно застосовувати під час визначення ефективності інноваційного процесу, оскільки він визначає рівень економічної інновації; 3) координати точки економічної потужності підприємства є більш важливими порівняно з точкою беззбитковості, оскільки вона збігається зі значеннями двох важливих точок – рівноваги і початком зони утворення економічного прибутку (надприбутку); 4) запропоновані функції попиту і пропозицій (собівартісна і вартісна) дають змогу моделювати економічні процеси і розраховувати всі його важливі точки – беззбитковості й економічної потужності.

Однак функції попиту і пропозицій значно залежать від схем ціноутворення, які застосовують на підприємствах, тому запропоновану базову модель для впровадження в реальні умови треба доповнювати й уточнювати, щоб урахувати всі індивідуальні ознаки.

1. Закон України від 04.07.2002 «Про інноваційну діяльність» № 40-IV, редакція від 05.12.2012.

2. Скворцов І.Б., Загорецька О.Я., Балик У.О. Стратегічне ціноутворення : монографія. Львів : МІС, 2012. 340 с.

3. Скворцов І.Б., Гриняш Л.П. Капіталізація підприємств на засадах інноваційного розвитку : монографія. Львів : Просвіт, 2013. 208 с.

4. Руководство Осло. Рекомендации по сбору и анализу данных по инновациям; 3-е изд., совместная публикация ОЭСР и Евростата / пер. на рус. яз. Москва : Центр исследований и статистики науки, 2010. 107 с.

5. Скворцов Д.І. Інновація, інноваційність та інноваційний розвиток з позицій економічної теорії. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. 2013. № 776. С. 309–314.

6. Жежуха В.Й. *Поняття інноваційності технологічних процесів машинобудівних підприємств. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку / відп. ред. О.Є. Кузьмін. Львів : Львівська політехніка, 2009. 564 с.*

1. *Constitution of Ukraine: Law of Ukraine of 04.07.2002 "On Innovative Activities" № 40-IV, Revision of 05.12.2012.*

2. Skvortsov I.B., Zagoretska O.Y., Balyk V.O. (2012) *Strategichne tsinoutvorennja [Strategic Pricing]*. Lviv. (in Ukrainian)

3. Skvortsov I.B., Grinash L.P. (2013) *Kapitalizacija pidpryemstv na zasadah innovatsijnoho rozvytku [Enterprise capitalization on the basis of innovative development]*. Monograph. Lviv: Prosvit Publishing House. (in Ukrainian)

4. *Rukovodstvo Oslo (2010) Recommendations for the collection and analysis of innovation data. 3rd ed., Joint publication of OECD and Eurostat / Trans. on rus. Moskva: GU "Center for Research and Statistics of Science", 107 p.*

5. Skvortsov D.I. (2013) *Innovatsija, innovatsijnist ta innovatsijnij pozvytok z pozytsiji ekonomichnoji teoriji [Innovation, innovation and innovative development from the standpoint of economic theory]*. *Visnyk Natsionalnogo universytetu Lvivska Politehnika. № 776: Management and entrepreneurship in Ukraine: stages of formation and problems of development*, pp. 309–314.

6. Zhezhukha V.Y. (2009) *Ponjattja innovatsijnosti tehnolohichnyh protsesiv mashynobudivnyh pidpryemstv [The concept of technological processes technological innovations of engineering enterprises]*. *Management and entrepreneurship in Ukraine: stages of formation and problems of development: (eds. A.E. Kuzmin)*. (in Ukrainian)

E-mail: meblior.info@gmail.com

УДК 338.22

DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2019-6.49>

Франчук Т.М.

аспірант,

ДННУ «Академія фінансового управління»

Міністерства фінансів України

## ФІНАНСОВИЙ СЕКТОР В ІННОВАЦІЙНОМУ РОЗВИТКОВІ УКРАЇНИ: РЕГУЛЯТОРНИЙ АСПЕКТ

*У статті розглянуто наукові підходи до сутності дефініції «фінансовий сектор» та його ключові характеристики. Проведено аналіз можливих моделей державного регулювання фінансового сектору та визначено особливості державного регулювання фінансового сектору в Україні. Досліджено зв'язок рівня розвитку фінансових інституцій та інвестиційних процесів в нашій державі, виділено ключові переешкоди, які обумовлюють низьку функціональну спроможність вітчизняного фінансового сектору з позиції стимулювання інновацій. Акцентовано на необхідності подолання суб'єктних диспропорцій в розвитку фінансового сектору та посиленні ролі небанківських фінансових інституцій. Обґрунтовано ряд пропозицій, спрямованих на удосконалення регуляторного впливу держави на діяльність вітчизняного фінансового сектору (зокрема, в частині захисту прав інвесторів, транспарентності діяльності).*

*Ключові слова:* економічна політика, управління національною економікою, державне регулювання економіки, інновації, фінансовий сектор, фінансові інституції.

## ФИНАНСОВЫЙ СЕКТОР В ИННОВАЦИОННОМ РАЗВИТИИ УКРАИНЫ: РЕГУЛЯТОРНЫЙ АСПЕКТ

Франчук Т.М.

*В статье рассмотрено научные подходы к сущности дефиниции «финансовый сектор» и ее ключевым характеристикам. Проведен анализ возможных моделей государственного регулирования финансового сектора и определены особенности государственного регулирования финансового сектора в Украине. Исследована связь уровня развития финансовых институций и инвестиционных процессов в нашем государстве. Выделены ключевые препятствия, которые обуславливают низкую функциональность отечественного финансового сектора в кон-*