

6. HR аналитика: путь к эффективному управлению [Электронный ресурс] // Справочник по управлению персоналом. — 2013. — № 6. — Режим доступа: \www/URL: <http://www.pro-personal.ru/article/533729-hr-analitika-put-k-effektivnomu-upravleniyu>
7. Choosing measurement methods [Text] // Strategic HR Review. — 2005. — Vol. 4, № 2. — P. 7. doi:10.1108/14754390580000584
8. Кожевникова, Е. А. Анализ эффективности использования персонала предприятия [Электронный ресурс] / Е. А. Кожевникова // Планово-экономический отдел. — 2011. — № 8. — Режим доступа: \www/URL: http://www.profiz.ru/peo/8_2011/analiz_efektivnost_person/
9. Sanders, K. Research methods for human resource management [Text] / K. Sanders, J. A. Cugin, H. T. J. Bainbridge. — New York: Routledge, 2014. — 452 p. doi:10.4324/9781315852300
10. Михалкина, Е. В. Применение методов непараметрической статистики и эконометрики для анализа HR-процессов [Текст] / Е. В. Михалкина, Л. С. Скачкова, Н. А. Косолапова // Управление персоналом и интеллектуальными ресурсами в России. — 2014. — Т. 3, № 1. — С. 11–16. doi:10.12737/2620

ЗАСТОСУВАННЯ БАГАТОФАКТОРНОГО РЕГРЕСІЙНОГО АНАЛІЗУ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ

Проаналізовано показники оцінки ефективності підрозділів, що здійснюють управління людськими ресурсами, си-

стема приватних показників роботи персоналу та фактори, узагальнюючі його ключові характеристики. Запропоновано два напрямки оцінки ефективності роботи підрозділів УЛР. Для конкретного прикладу зроблена оцінка тісноти зв'язку між приватними показниками оцінки персоналу та показниками ефективності роботи служб персоналу, розроблено багатофакторну регресійну модель.

Ключові слова: управління людськими ресурсами, аналіз ефективності, приватні показники, багатофакторний регресійний аналіз.

Абросимова Елена Борисовна, кандидат технических наук, доцент, кафедра производственного менеджмента и логистики, Нижегородский филиал Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», Россия, e-mail: abros@rbcmail.ru.

Абросимова Елена Борисовна, кандидат технических наук, доцент, кафедра производственного менеджмента и логистики, Нижегородский филиал Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», Россия.

Abrosimova Elena, National Research University Higher School of Economics, Nizhny Novgorod, Russia, e-mail: abros@rbcmail.ru

УДК 330.1

DOI: 10.15587/2312-8372.2015.57195

Кліпкова О. І.

АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОЦЕСУ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ІДЕЙ ПРИ УМОВІ ПОСТІЙНИХ ЗМІН РИНКОВОЇ КОН'ЮНКТУРИ

Досліджено основні види оцінки процесу комерціалізації ідей на основі інформації, отриманої в результаті моніторингу та технологічного аудиту діяльності. Як приклад, зазначено критерії оцінки ефективності процесів комерціалізації, здійснених за рахунок державних коштів. В межах виділених критеріїв, проаналізовано показники результативності процесу, визначено особливості оцінки ефективності на кожній стадії процесу комерціалізації. Визначено основні підходи до формування оцінок, що носять назву «Чотири покоління».

Ключові слова: оцінка ефективності, моніторинг, аудит, актуальність, результативність, фінансова віддача, ефективність, вплив, довговічність.

1. Вступ

У сучасному світі інновації лежать в основі сучасної стратегії економічного зростання, розвитку та формування компаній та добробуту націй.

Інноваційні процеси відбуваються в певній організації, враховуючи вплив бізнес-мереж, науково-дослідних інститутів, неурядових організацій, державної адміністрації та громадських ініціатив. В цей час зростає роль взаємозалежності між динамікою створення і розвитку інноваційних підприємств та наявністю спеціальних фінансових інструментів, що це забезпечать.

В даний час все більше уваги приділяється потребам підприємств, особливо малих і середніх, що акумулюють місцевий технологічний потенціал. Досягнення конкурентних переваг великими корпораціями на ринках інших

країн та регіонах при інтернаціоналізації все більше залежить від швидкості формування ринку нових та інноваційних бізнес-об'єктів. В результаті зусилля багатьох країн і регіонів, спрямовані на організацію процесу створення технологічних інновацій та інфраструктури, щоб полегшити цей процес.

Будь-яка допомога для інноваційних підприємств має, з одного боку, стимулювати створення нових технологій і надавати допомогу малим і середнім підприємствам в їх прагненні до технологічної реструктуризації. З іншого боку — стимулювати дослідження і запуск механізмів для передачі інформації в економічному середовищі.

Актуальність теми дослідження сформувалась на підставі досліджень питомої ваги комерціалізованих інновацій та причин, з яких генеровані ідеї фундаментальних та прикладних досліджень підприємств установ

та організацій не мають комерційної реалізації. Було виявлено, що лише третя частина ідей ймовірно матиме комерційну реалізацію, а це зменшує ефективність діяльності як підприємств зокрема і економіки в цілому. Такі результати зумовили необхідність дослідження ефективності процесу комерціалізації в змінному економічному середовищі для підприємств будь-яких форм власності, що здійснюється за рахунок різних джерел фінансування.

2. Аналіз літературних даних та постановка проблеми

Стан і об'єкти інтелектуальної власності у вітчизняній науці досліджувалися В. Базилевич, С. Довгий, В. Дробязко, Р. Дробязко, О. Мельник та В. Жаров, А. Чухно, Н. Чухрай, Л. Гальперін, О. Кузьмін. У працях В. Дробязко зосереджено увагу на всіх юридичних аспектах інтелектуальної власності, включно із захистом авторського права, що безперечно є базою для здійснення комерціалізації та отримання доходу юридичних та фізичних осіб, що займаються інноваційною діяльністю [1]. А. А. Чухно в своїх дослідженнях пропагує думку, що людство, яке зосереджує свої зусилля в галузях знань та науки, зумовлює формування платформи розвитку майбутніх поколінь. Економічний аспект інноваційного процесу крім лавиноподібного потоку інноваційних ідей повинен зосереджуватись саме на методиці проведення та оцінці ефективності комерціалізації, раціональній співпраці учасників при перетворенні ідей в комерційний продукт [2]. В. Базилевич стверджує, що сучасна форма комерціалізації ідей у вигляді реалізації об'єкта авторського права захищає лише форму, а не зміст ідей [3]. Всі ці твердження зумовлюють необхідність дослідження ефективності оцінки процесу комерціалізації як базису для підвищення конкурентоспроможності національної економіки.

3. Об'єкт, ціль та задачі дослідження

Метою дослідження є виявлення основних засад, критеріїв та підходів до оцінки ефективності процесу комерціалізації ідей, оскільки саме оцінка буде вирішальним критерієм при прийнятті рішень про комерціалізацію як на підприємствах, так і в навчальних закладах.

Об'єктом дослідження статті є здійснення процесу комерціалізації ідей підприємств, установ та організацій, забезпечення її ефективності, враховуючи різні аспекти внутрішнього (цілі, стратегія та люди), так і зовнішнього середовища.

Для досягнення поставленої мети вирішувались завдання, які охоплювали досвід польської академічної школи про критерії оцінки процесу комерціалізації, що здійснюється за рахунок державних коштів. Такий підхід можна взяти за приклад для вітчизняної практики комерціалізації не залежно від джерел її фінансування.

4. Визначення виду та критеріїв оцінки ефективності комерціалізації ідей на прикладі польських навчальних закладів із пріоритетним державним фінансуванням

Ефективність комерціалізації залежить від переліку факторів, які описують процес генерування ідей,

креативну культуру організації, сферу використання інновації, умови її реалізації, життєвий цикл інновації фінансових показників окупності та рентабельності. Вплив всіх вищезазначених факторів та оцінка чутливості процесу комерціалізації визначатиметься за допомогою скринінгу, аналізу технічної та економічної здійснимості комерційної реалізації результативної ідей.

Процес оцінки комерціалізації результатів наукових досліджень може бути визначений як систематичне вивчення цінностей і їх характеристик, розгортання планів та розвиток технологій або суміжних видів діяльності, з точки зору прийнятних критеріїв для його вдосконалення, а також для підвищення продуктивності.

Оцінка є інструментом дослідження для відстеження ефективності передачі технології на основі проведених досліджень і визначених показників результативності комерціалізованої ідей [2].

Переконливі дані і можуть бути отримані в результаті правильно сформульованих питань. В цьому контексті оцінка може бути визначена як мистецтво знаходити відповіді на питання про якість отриманих результатів та ступінь їх досягнення. Оцінка ефективності процесу комерціалізації здійснюється безпосередньо через процедури моніторингу та аудиту.

Моніторинг покликаний дати відповіді на питання: чи враховуються часові та інші обмеження, якщо ні, то які коригувальні дії необхідно ввести.

Аудит дозволяє отримати більше інформації про етапи процесу відповідно до чинного законодавства та внутрішнього розпорядку підприємства.

Технологічний аудит є одним з найбільш ефективних інструментів оцінки випадку передачі результатів процесу комерціалізації на підставі ліцензійних угод.

Аудит може передбачати оцінку поточного стану технології та виявлення нових технологій, які мають з'являтися на ринку. Така перевірка призначена для вибору стратегії комерціалізації в організації.

Отже, оцінку ефективності комерціалізації ідей, розуміють як інструмент дослідження результативності самого процесу.

Програма розвитку комерціалізації результатів науково-дослідних робіт на підприємствах та навчальних закладах відповідно до правил ЄС, повинна враховувати основні принципи оцінки стратегічних та поточних витрат:

Ці оцінки також діляться у відповідності до періодів здійснення, що відображає здатність реагувати та вносити зміни. Оцінки відрізняються: до, під час і після реалізації проекту комерціалізації ідей.

Оцінки *ex ante* розробляються на етапі підготовки цілей стратегії і реалізації проектів та оцінка *ex post* здійснюється після завершення виконання і при аналізі може дати більш обґрунтовані результати.

Критерії оцінки, що використовуються в при комерціалізації ідей генерованих на базі університетів, можуть бути реалізовані в бізнес практиці і мають два значення: перше значення визначається сукупністю знань і є синонімом *ноу-хау*, друге приписується вченням, які можуть бути використані на практиці

Оцінка ефективності процесів комерціалізації ідей, що фінансуються за рахунок державних коштів, використовуючи досвід польських навчальних закладів, має здійснюватись на основі таких п'яти критеріїв:

1. Актуальність — це ступінь узгодження завдань проекту з вимогами бенефіціара та політики і пріоритетів

його ініціаторів. Це визначає легітимність програми з точки зору конкретних цілей та можливостей їх досягнення. В цьому випадку аналіз стосується внутрішніх факторів, логічної послідовності, точності, та реальності зазначених цілей, що можуть бути досягнуті, використовуючи наявні методи організації роботи.

2. Результативність. Критерій результативності дозволяє підтвердити баланс між запланованими та досягнутими результатами. Для цілісності оцінки важливо встановити причини відмови від досягнення цілей, що можуть бути сформовані на будь-якій стадії. Нездатність досягти очікуваних результатів може бути зумовлена не відповідністю продуктів очікуванням ринку.

Приріст чистого прибутку в результаті комерціалізації ідеї є економічною передумовою інноваційного розвитку підприємства.

Враховуючи те, що прибуток є основним стимулом будь-якої діяльності, включаючи діяльність з приводу комерціалізації ідеї, варто розглянути види доходів та витрат при кожній формі комерціалізації (табл. 1).

Оцінку ефективності необхідно здійснювати, розраховуючи співвідношення комерційно вдалих реалізованих ідей у поточному році в порівнянні з минулим, а також по відношенню до конкурентів. Варто враховувати кількість креативних ідей, що запропоновані персоналом, це дозволить визначити тенденції розвитку інноваційного та креативного потенціалу компанії. Оцінка ефективності ідеї має базуватись на дослідженні методики її реалізації, а саме сприйняття її як засобу досягнення добробуту.

В залежності від форми та способів та стадій комерціалізації ідеї методи визначення ефективності можуть відрізнятися. Використовувані методи можуть змінюватися в залежності від чинників, що впливають на всі етапи комерціалізації від виникнення креативної ідеї до виходу товару на ринок і його реалізації. На стадіях завершення (організації виробництва, створення прототипу та дослідного зразка) характерним буде використання методу розрахунку чистої теперішньої вартості, періоду окупності капіталовкладень та внутрішньої норми рентабельності. На початкових стадіях

Таблиця 1

Види доходів та витрат при кожній формі комерціалізації

За формами комерціалізації	Доходи підприємства	Витрати підприємства
Використання у власному виробництві	<ol style="list-style-type: none"> 1. Виручка від продажу ідеї. 2. Виручка від продажу продукції. 3. Виручка від надання інжинірингових послуг. 4. Грошовий потік від здачі обладнання в лізинг 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Витрати на формування на формування та підтримку креативного потенціалу підприємства. 2. Витрати на організацію виробництва. 3. Витрати на проведення маркетингових досліджень та рекламну кампанію. 4. Витрати на модифікацію та доопрацювання продукції підприємства. 5. Витрати на залучення потенційних споживачів
Передача (продаж) прав на об'єкти комерціалізації ідеї	<ol style="list-style-type: none"> 1. Виручка від продажу ліцензії на використання ідеї (паушальний платіж). 2. Платежі від використання ліцензіатом патенту (роялті) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Витрати на модифікацію чи доопрацювання продукції, у випадку, якщо її не виробляє ліцензіат. 2. Витрати на залучення ліцензіатів. 3. Витрати на надання консультаційної допомоги ліцензіату при придбанні ліцензії на використання ідеї. 4. Витрати на захист патентних прав
Спільне використання ідеї з інвестором	Виручка від продажу патентних прав	<ol style="list-style-type: none"> 1. Витрати на залучення клієнтів на придбання прав. 2. Витрати на надання консультаційної допомоги індивіду на придбання прав

Фінансова віддача від комерціалізації креативних ідей для представлення фінансових результатів майбутніх періодів у теперішньому розраховуватиметься, використовуючи показник чистої дисконтованої вартості чистого грошового потоку, що буде генерований вдалою комерціалізацією ідеї [2].

ЧДВ = Чистий прибуток зміни в оборотному капіталі + амортизація + сума приросту довгострокових зобов'язань – зменшення суми довгострокових зобов'язань – капітальні вкладення.

Фінансова віддача від процесу комерціалізації ідеї може в майбутньому знижуватися з таких причин як:

1. Зміни вартості грошей у часі.
2. Ризику технічної та економічної нездійсненості реалізації ідеї.
3. Можливості зростання витрат на НДДКР.

Всі три причини викликані невизначеністю майбутньої реалізації комерціалізації ідеї.

3. Ефективність. Критерій дає інформацію про оптимальний процес перетворення в процесі комерціалізації ресурсів та засобів, таких як: кошти, люди, час, робота у блага, що задовольняють вже сформовані та потенційні споживчі потреби. Аналіз забезпечує дослідження ефективності проекту, тобто пропорційності обсягу затрачених ресурсів та наявності очікуваних результатів.

комерціалізації (генерування та оцінка ідеї, дослідження місткості ринку та виявлення потреб) методика оцінки ефективності враховує оцінку інноваційного ризику [4].

Оцінка ефективності комерціалізації креативної ідеї пов'язана з деякими труднощами, одні з яких обумовлені обсягом капітальних вкладень у розробку ідеї на базі наявних потужностей із можливістю їх реконструкції та модернізації, інші із неможливістю точного прогнозу доходів від реалізації інновацій та прийнятих рішень, оскільки ринок лише сприймає продукцію і його реакція не може бути точно спрогнозована. Однак, як стверджує М. А. Лімітовський, якщо ініціатор ідеї переконаний у її унікальності та ефективності, він проводить ретельні об'єктивні розрахунки, щоб підтвердити свої переконання. В результаті він вибірково ставиться до інформації, яка протирічитиме дослідженням [5].

4. Вплив. У цьому випадку оцінюються всі прямі та непрямі наслідки реалізації проекту, а також передбачувані та непередбачувані обставини. Цей критерій орієнтований на користувачів тобто кінцевих отримувачів послуг чи продуктів, як результатів процесу комерціалізації ідеї. Діагностика повинна показати фактичні переваги, які отримали споживачі в результаті комерціалізації ідеї генерованої як в навчальних закладах, так і на підприємствах [6].

5. Довговічність (Стійкість). Оцінці в цьому випадку підлягає ймовірність продовження цих ефектів в довгостроковій перспективі. Критерій стійкості особливо цінується при формуванні проектів комерціалізації ідей для громадськості. Обов'язок зберігати стабільність бенефіціарів проекту анонсує зменшення формування проблем із сприйняттям результатів та усуває деякі проблеми із фінансуванням.

Декларування відсутності зміни основних характеристик проекту протягом певного часу після закінчення має враховувати можливість позитивної динаміки та позитивних змін в оточенні бенефіціара та його діяльності [7].

5. Результати досліджень оцінки ефективності процесу комерціалізації ідей в змінних умовах ринкової кон'юнктури

Крім основних критеріїв оцінки також можуть додатково використовуватись інші залежно від характеру та складності проекту. Такий додатковий критерій відображає ступінь досягнення додаткових результатів в процесі здійснення додаткових функцій. Ще одним критерієм є ефект незалежних подій. Цей критерій має місце, коли реалізуються взаємозалежні проекти і результат синергії торкається як організацію, що комерціалізує ідеї так і організацію, що слугує базисом для реалізації цього проекту. Критерій об'єму відображає впливовість соціальних груп або сегментів ринку, що зазнають збитків, внаслідок реалізації проекту комерціалізації. Подвійний ефект вимірювання продуктивності показує, якою мірою ініціатори проекту є опосередкованими факторами зміни інших заходів, зокрема продуктивності [8].

Ефект заміщення відбувається, коли наслідки проекту були отримані за рахунок інших осіб, що діють у тому ж сегменті ринку. У цьому випадку бенефіціари проекту отримують значну конкурентну перевагу порівняно з іншими гравцями ринку, що не планують впроваджувати свої ідеї. Він також може бути використаний у разі реалізації одночасно декількох технологій. Деякі з реалізованих технологій мають допоміжне значення інші, вирішальне, тобто первинне і вторинне [9].

6. Обговорення результатів здійснення оцінки ефективності процесу комерціалізації ідей

При застосуванні методів оцінки слід розглянути всю множину та вибрати один, що найкраще відображатиме ефективність вжитих заходів і досягнутих результатів.

Зміни в підході до оцінки були представлені дослідниками: Є. Г. Губи і І. С. Лінкольн. Поділ оцінки на етапи запропонував І. С. Лінкольн, і відомий як «Чотири покоління»:

Перше покоління прямого домінуючою підходу письмовій формі. Підхід призначений для отримання кількісних об'єктивних результатів.

Друге покоління також враховує кількісну оцінку результатів дослідження, але крім неї формує перелік рекомендацій, щодо покращення проекту комерціалізації ідей. У перших двох підходах до концепції оцінки, оцінювач є зовнішній. Це спостерігач, який, базуючись

на науковому методі забезпечує наявність кількісних даних, що визначають ступінь досягнення мети.

Оцінка третього покоління, на додаток до аналізу складових передбачає об'єктивну оцінку всього проекту. Оцінювачі надають інформацію про причини успіху або невдачі, представляють аналіз основних припущень та альтернативних варіантів реалізації проекту.

Четверте покоління дає спосіб оцінки об'єктивності активної ролі оцінювача, що має тенденцію до більш індивідуальної інтерпретації, яка прагне охоплювати максимально широкий контекст впливу проекту. Роль «посередника» стає більш вадливою, а ніж роль «судді», це зумовлено формуванням іншого рівня діалогічних відносин, у якому вирішальну функцію матимуть переговори і виправлення помилок, а не отримання фактів [10–12].

Отримуючи таку роль оцінювач стає однією із зацікавлених сторін у реалізації програми комерціалізації ідей. Четверте покоління відображає якісний підхід, що передбачає включення в процес оцінки всіх зацікавлених осіб. Включення всіх інтересів в процес оцінки дозволяє зробити ширшу інтерпретацію даних. У четвертому поколінні оцінки можна розширити поняття домінуючих результатів в результаті поділу оцінки потенціалу на ранне та завершальне втручання.

Аналіз видів та критеріїв оцінки ефективності комерціалізації ідей у промисловому, академічному та науковому секторі дають можливість розширити спектр досліджень і перетворити його у багатопрофільний, що охоплюватиме не тільки технологічний аудит інноваційних систем підприємств, установ та організацій, але й узгодити всі інтереси зацікавлених осіб. Попередні дослідження зазначеної тематики визначали, насамперед, можливості використання при здійсненні процесу комерціалізації ідей на підприємствах та його оцінки досвіду іноземного промислового сектора. Застосування досвіду навчальних закладів є не такою вивченою цариною, але має всі передумови доповнити як оцінку ефективності, так і сферу організації процесу комерціалізації ідей та технологій.

7. Висновки

В результаті проведених досліджень можливих критеріїв оцінки ефективності комерціалізації ідей в умовах змінної кон'юнктури можна зробити наступні висновки:

1. У бізнес-практиці варто застосовувати досвід не тільки іноземних підприємств, але й навчальних закладів, що є синтезом набутих знань та практичних навичок.

2. Аналіз критеріїв оцінки ефективності комерціалізації, запропонований польськими навчальними закладами у великій мірі враховує задоволення як інтересів учасників самого процесу, так і допомагає дослідити результативність комерціалізації через реалізацію основних фінансових показників.

3. Дослідження, що носить практичну спрямованість, забезпечує створення нової платформи для співпраці виробничого, академічного та наукового секторів народного господарства.

На ранній стадії розвитку креативного потенціалу підприємств, культури інновацій та трансферу технологій, на якій в даний час є наука України, ефективність застосування процесу комерціалізації стає інструментом для інформування власника ідей та оцінювача, якою мірою буде забезпечено результативність самого процесу.

Література

1. Дроб'язко, Р. В. Авторське право і суміжні права. Європейський досвід [Текст]. Книга 1: Нормативні акти і документи. Європейська інтеграція України / Р. В. Дроб'язко, А. С. Довгерт, Р. В. Дроб'язко. — К.: Видавничий Дім «Ін Юре», 2001. — 520 с.
2. Чухно, А. А. Основи економічної теорії [Текст]: підручник / А. А. Чухно, П. С. Єщенко, Г. Н. Климко та ін. — К.: Вища школа, 2001. — 606 с.
3. Базилевич, В. Д. Інтелектуальна власність [Текст]: підручник / В. Д. Базилевич. — К.: Знання, 2006. — 431 с.
4. Ваганова, О. В. Организационно-методологические основы коммерциализации инновационного производства [Электронный ресурс] / О. В. Ваганова // Весник АГТУ «Економіка». — № 1. — 2011. — С. 76–80. — Режим доступа: \www/URL: <http://vestnik.astu.org/Pages/Show/41>
5. Чухрай, Н. І. Маркетинг інновацій [Текст]: підручник / Н. І. Чухрай. — Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2011. — 256 с.
6. Mazur, S. Ewaluacja funduszy strukturalnych — perspektywa regionalna [Text] / S. Mazur. — Kraków: Uniwersytet Ekonomiczny, Małopolska Szkoła Administracji Publicznej, 2007. — P. 80–85.
7. Gałka, E. Ewaluacja projektów miękkich compendium [Text] / E. Gałka. — Poznań: Stowarzyszenie Centrum Promocji i Rozwoju Inicjatyw Obywatelskich PISOP, 2008. — 70 p.
8. Klajbor, T. Poradnik dla przedsiębiorców-praktyczny transfer technologii w firmach [Text] / T. Klajbor, J. Koszałka. — Warszawa: UMWM Departament Rozwoju Regionalnego i Fundusz strukturalnych, 2013. — 120 p.
9. Matusiak, K. Innowacje i transfer technologii [Text] / K. Matusiak. — Warszawa: Słownik pojęć, PARP, 2011. — 238 p.
10. Lundvall, B. Innovation, Growth and Social Cohension. The Denish Model [Text] / B. Lundvall. — Cheltenham: Edward Eldar Publishing, 2004. — P. 258–278. doi:10.4337/9781781008348
11. Jolly, V. K. Commercializing New Technologies [Text] / V. K. Jolly. — Boston: Harward Business School Press, 1997. — 410 p.
12. Trzmielak, D. M. Marketing nowych technologii i strategie regionalne oparte na transferze technologii [Text] / D. M. Trzmielak; pod red. T. Markowskiego, D. Trzmielaka, J. Sosnowskiego // Marketing technologiczny I marketing terytorialny. — Warszawa: Polska Akademia Nauk KPZK, 2007. — 235 p.

АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЦЕССА КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ ИДЕЙ ПРИ УСЛОВИИ ПОСТОЯННОГО ИЗМЕНЕНИЯ РЫНОЧНОЙ КОНЬЮНКТУРЫ

Исследовано основные виды оценки процесса коммерциализации идей на основе информации, полученной в результате мониторинга и технологического аудита деятельности. В качестве примера, указано критерии оценки эффективности процессов коммерциализации, осуществленных за счет государственных средств. В пределах выделенных критериев, проанализированы показатели результативности процесса, определены особенности оценки эффективности на каждой стадии процесса коммерциализации. Определены основные подходы к формированию оценок, которые носят название «Четыре поколения».

Ключевые слова: оценка эффективности, мониторинг, аудит, актуальность, результативность, финансовая отдача, эффективность, влияние, долговечность.

Кліпкова Оксана Ігорівна, аспірант, кафедра економічної теорії, Львівська комерційна академія, Україна, e-mail: zaweksana@gmail.com.

Кліпкова Оксана Ігорівна, аспірант, кафедра економічної теорії, Львівська комерційна академія, Україна.

Kłipkova Oksana, Lviv Academy of Commerce, Ukraine, e-mail: zaweksana@gmail.com

УДК 330.142.211

DOI: 10.15587/2312-8372.2015.57196

Ключнікова М. В.

ДОСЛІДЖЕННЯ ПОТОЧНОГО СТАНУ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ КОМУНАЛЬНОЇ ТЕПЛОЕНЕРГЕТИКИ

Досліджено особливості поточного стану комунальної теплоенергетики крізь призму відповідних змін у законодавстві. Охарактеризовано інвестиційні тенденції у сфері комунальної теплоенергетики за об'єктами інвестування і відповідну зміну інвестиційного вектора підгалузі. Запропоновано класифікацію капітальних інвестицій за критерієм «якість інвестиційного планування».

Ключові слова: комунальна теплоенергетика, інвестиційні тенденції, інвестиційний потенціал і ризик, форс-мажорні інвестиції.

1. Вступ

Відомо, що викликом конкурентоспроможності національної економіки є низький рівень її енергоефективності та переважання у структурі економіки енергоємних виробництв. При цьому питанням, яке потребує нагального реагування в енергетичному секторі є його незадовільний технічний стан, який продовжує погіршуватись внаслідок старіння основних засобів. Одним із принципів енергетичної політики України є пріоритетність інноваційного технологічного розвитку та стимулю-

вання оновлення енергетичної інфраструктури. Постає питання трансформування промислової і комунальної енергетики/теплоенергетики з дотаційного і проблемного сектору в економічно прибутковий, конкурентний та мобільний сектор національної економіки. При цьому даний сектор України потребує значних довгострокових інвестицій для забезпечення його модернізації, безпеки та конкурентоспроможності. Таким чином, поряд із запровадженням механізмів управління попитом у реальному секторі економіки (стимулювання суб'єктів господарювання до підвищення енергоефективності на