

УДК 330.341.1

Н. М. Чухраєва
здобувач, асистент кафедри економіки підприємств,
Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана, Україна
nataliya_nch@mail.ru



СУЧАСНІ ПРИНЦИПИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. У статті обґрунтовано сучасні принципи забезпечення інноваційного розвитку підприємства, засновані на врахуванні фактора часу: принцип передбачення актуальності інновації, принцип стимулювання актуальності інновації, принцип пролонгації актуальності інновації та принцип безперервності інноваційного процесу. Показано, що втілення у життя зазначених принципів дасть змогу максимізувати результативність інноваційного розвитку підприємства.

Ключові слова: інновація, управління інноваційним розвитком, принципи передбачення, стимулювання та пролонгації актуальності інновації, принцип безперервності інноваційного процесу.

Н. Н. Чухраєва

соискатель, ассистент кафедры экономики предприятий,
Киевский национальный экономический университет им. В. Гетьмана, Украина

СОВРЕМЕННЫЕ ПРИНЦИПЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация. В статье обоснованы современные принципы обеспечения инновационного развития предприятия, основанные на учете фактора времени: принцип предвидения актуальности инновации, принцип стимулирования актуальности инновации, принцип пролонгации актуальности инновации и принцип непрерывности инновационного процесса. Показано, что воплощение в жизнь этих принципов позволит максимизировать результативность инновационного развития предприятия.

Ключевые слова: инновация, управление инновационным развитием, принципы предвидения, стимулирования и пролонгации актуальности инновации, принцип непрерывности инновационного процесса.

Natalia Chukhraeva

Post-Graduate Student (Econ), Lecturer, Kyiv National Economic University named by Vadym Hetman, Ukraine

MODERN PRINCIPLES OF ENTERPRISE'S INNOVATIVE DEVELOPMENT PROVIDING

Abstract. To extract as many as possible benefits from using an innovation, managers must be directed effort, at first, on research of necessities of users ground of time of leading out of innovative product to the market, secondly, on the acceleration of processes of forming of market of innovative product and thirdly on copy protecting of innovative product, including with the use of instruments of guard of intellectual ownership rights. Accordingly, a management innovative development must provide actuality of innovation. The modern principles of providing of innovations are based on the factor of time: principle of prediction of actuality of innovation, principle of stimulation of actuality of innovation, principle of prolongation of actuality of innovation and principle of continuity of innovative process.

Key words: innovation; management of innovative development; principles of prediction; stimulation and prolongation of actuality of innovation; principle of continuity of innovative process.

JEL Classification: D21, O31

Постановка проблеми. Основою забезпечення інноваційного розвитку підприємства є обґрунтування його (розвитку) цілей і напрямів, що, своєю чергою, реалізуються на базі системи принципів. Під принципами прийнято розуміти керівні положення, основні правила, які становлять підґрунтя певної діяльності.

Враховуючи, що інновація є продуктом діяльності підприємства, логічно стверджувати, що забезпечення інноваційного розвитку підпорядковується загальним принципам ефективності діяльності суб'єкта господарювання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню принципів діяльності підприємства присвячені праці Г. Файоля (*Henri Fayol*) [1], Г. Емерсона (*Harrington Emerson*) [2], Ф. Тейлора (*Frederick W. Taylor*) [3], П. Друкера (*Peter Ferdinand Drucker*) [4] та ін.

Водночас, інновація є особливим продуктом, що характеризується високими ринковими ризиками, вимагає значних інвестицій і, за умови ефективного управління, стає джерелом надвисоких прибутків підприємства, на чому наголошує багато дослідників, зокрема А. І. Воїнов [5], М. В. Малютин [6], М. Ф. Сафаргалієв [7], А. Б. Тітов [8]. Це означає, що управління інноваційним розвитком має базуватися не тільки на загальних, а й на особливих (специфічних) принципах.

Метою статті є обґрунтування сучасних принципів забезпечення інноваційного розвитку підприємства, тобто визначення тих основоположних правил, без дотримання

яких інноваційний розвиток на мікрорівні буде неефективним та/або неможливим. Аргументація авторської позиції побудована на загальнонаукових методах індукції та дедукції, аналізу і синтезу.

Основні результати дослідження. Ми дотримуємося думки, що управління інноваційним розвитком підприємства має враховувати природу інновації, що зберігає свої властивості лише протягом певного проміжку часу й при цьому її створення/впровадження коштує для підприємства досить дорого. Тож ключовими факторами забезпечення ефективності інновації є вчасність її появи на ринку, швидкість поширення і тривалість існування на ринку.

Відповідно, щоб отримати якомога більше вигод від використання інновації, зусилля менеджерів повинні спрямовуватися, по-перше, на дослідження потреб споживачів та обґрунтування часу виведення інноваційного продукту на ринок, по-друге, на пришвидшення процесів формування ринку інноваційного продукту і, по-третє, на захист інноваційного продукту від копіювання, в т.ч. із використанням інструментів захисту прав інтелектуальної власності. Це означає, що управління інноваційним розвитком має забезпечувати актуальність інновації.

Саме тому поряд із загальносистемними принципами ефективного управління, описаними у працях Г. Файоля (*H. Fayol*) [1], Г. Емерсона (*H. Emerson*) [2], Ф. Тейлора (*F. Taylor*) [3], П. Друкера (*P. Drucker*) [4], нами запропоновано виокремлювати специфічні принципи забезпечення

інноваційного розвитку підприємства, засновані на врахуванні фактора часу (рис. 1).

Нами виокремлено **принцип передбачення актуальності інновації**. Повний цикл управління інноваційним розвитком починається із процесу вибору інноваційної ідеї, комерціалізація якої відбудеться в майбутньому. Майбутнє, як відомо, не є одноваріантним, а отже, менеджмент має обирати з альтернативних його сценаріїв і планувати інноваційний розвиток відповідно до обраного вектора. Неправильне бачення майбутнього загрожує невиправданими інвестиціями в дослідження та розробки інноваційної ідеї, яка на момент комерціалізації втратить актуальність або взагалі не набуде її.

Значно підвищити ймовірність успішної комерціалізації інноваційних ідей допоможе дотримання **принципу стимулювання актуальності інновації**. Майбутнім попитом на інноваційну продукцію можна і потрібно управляти, стимулюючи його. Як відомо, комерціалізація інновації часто пов'язана з великими витратами на інформаційну рекламу. Остання покликана створити або актуалізувати у людини потребу в новому продукті й може починатися задовго до його виходу на ринок. Ефективність рекламування ще не комерціалізованих інновацій визначається за допомогою очікуваного попиту, розрахованого за матеріалами опитувань потенційних споживачів інноваційного продукту.

Починаючи від моменту виведення продукту на ринок дії менеджменту мають підпорядковуватися **принципу пролонгації актуальності інновації**. Від тривалості періоду, упродовж якого продукт залишатиметься інноваційним, залежать прибутки підприємства-інноватора. Відповідно, слід спрямовувати зусилля на обмеження спроб копіювання та поширення продукту компаніями-конкурентами, у т.ч. використовуючи арсенал засобів захисту авторських прав. Особливо актуальним є дотримання принципу пролонгації підприємством, що випустило радикально інноваційний продукт. Поява такого продукту знаменує зародження нового ринку, правила гри на якому ще не врегульовані державою. Відтак інноватор де-факто займає монополіне положення на ринку, що дозволяє йому отримувати надприбутки.

Ефективне управління інноваційними процесами неможливе без урахування циклічності останніх. Будь-який інноваційний продукт, урешті-решт, вичерпає ресурс своєї прибуткової комерціалізації, і підприємство-інноватор постане перед необхідністю заміни його новим, більш актуальним для ринку продуктом. Таким чином, управління інноваційним розвитком має повсякчас підпорядковуватися **принципу безперервності інноваційного процесу**, що передбачає максимальне скорочення (усунення) часових проміжків між його етапами, а також постійне відтворення самих етапів: пошук інноваційних ідей, їх відбір, дослід-

ження і розробка, випуск промислових зразків, комерціалізація.

Дотримання кожного із вищеперелічених принципів, що становить основу успішного інноваційного розвитку підприємства, потребує створення відповідного організаційно-економічного механізму. Світова практика засвідчує поліваріантність заходів, до яких вдаються компанії для передбачення, стимулювання та пролонгації актуальності власних інновацій. Проаналізувавши дії відомих світових компаній, ми виокремили ряд новітніх тенденцій в управлінні інноваціями не тільки з метою ілюстрації життєздатності специфічних принципів забезпечення інноваційного розвитку, а й для вдосконалення інноваційного менеджменту вітчизняних підприємств, що є напрямом наших перспективних досліджень.

По-перше, для передбачення актуальності інновацій компанії часто використовують маркетинговий аутсорсинг. Наприклад, компанія *Procter & Gamble*, яка є визаним інноваційним лідером, приділяє особливу увагу передбаченню актуальності інновацій і при цьому свідомо не обмежується можливостями внутрішньої маркетингової служби, співпрацюючи із глобальною мережею дослідницьких організацій. Сьогодні «більш ніж у половині продукції, що випускається P&G, присутній щонайменше один важливий компонент, розроблений кимось із зовнішніх партнерів» [9].

Важливо додати, що останнім часом набуває поширення некомерційний формат маркетингового аутсорсингу: «побачити майбутнє» підприємству дедалі більше допомагають споживачі. Прикладом є акція компанії *Kraft Foods*, яка розмістила в анкеті, опублікованій на сайті, питання до споживачів: «Ви придумали новий продукт або упаковку? Поділіться своїми ідеями з нашою компанією». Керівництво *Kraft Foods* дійшло висновків, що внутрішні зусилля компанії недостатньо, і вона повинна долучитися до потоку інновацій, що існує за межами компанії. Цьому рішення передувало вивчення досвіду *Procter & Gamble*, що створила мережу технологів-розвідників, які відвідували в пошуках цікавих рішень невеликі лабораторії, патентні бюро, магазини. У результаті половину ідей P&G почала отримувати ззовні, що дозволило вдвічі швидше запускати нові продукти, скоротивши цикл виведення на ринок до одного року. У *Kraft Foods* вирішили дотримуватися аналогічного підходу, проте активними учасниками процесу зробити рядових споживачів [10].

Модель поведінки компанії, що передбачає її активне співробітництво із зовнішніми партнерами і використання для власного розвитку інноваційних ідей останніх (при цьому свідомо не застосовується механізм захисту авторських прав), спочатку Г. Чесбро (*H. Chesbrough*) [11], а пізніше А. Остервальдер (*A. Osterwalder*) [12] назвали «відкритою» бізнес-моделлю (*Open Business Model*). Серед прикладів успішності відкритих інновацій А. Остервальдер наводить і компанію *Procter & Gamble*.

По-друге, стимулювання актуальності інновації сьогодні стає завданням не лише підприємства. «Комерціалізація є результатом успішної діяльності всієї інноваційної екосистеми», – стверджує співолова ради фонду «Сколково» О. Галицький [13].

Основою та індикатором існування інноваційної екосистеми вважають інноваційну ментальність, однак в Україні, як і в інших пострадянських країнах, вона тількино зароджується. Генеральний директор компанії «*METRO Cash & Carry*» в Росії П. Боон (*P. Boone*) відмічає позитивні зрушення в поведінці російського споживача в напрямі зростання інтересу до інноваційних продуктів [14].

У сучасній економіці готовність середовища до сприйняття інновації не вичерпується схваленням ставлення покупця до її ціни та якості: появі успішного продукту на ринку передують ефективна взаємодія сторін – учасників інноваційного процесу.

Зазначений процес у XXI столітті розвивається і стає нелінійним – пряме регулювання діяльності його учас-



Рис.. Специфічні принципи забезпечення інноваційного розвитку підприємства, засновані на врахуванні фактора часу
 Джерело: Власна розробка автора

ників змінює необхідність посилення уваги держави до створення та підтримання системи взаємодії між ними¹.

По-третє, окрім вагомості залежності менеджменту компанії від рівня розвитку інноваційної екосистеми в країні, слід звернути увагу на новітні форми стимулювання актуальності інновацій. Ідеться насамперед про те, що замовлення споживачами інноваційного продукту розпочинається задовго до «фізичної» появи його на ринку, тож компанія має змогу отримати інформацію про місткість потенційного ринку цього продукту. Очікування інновацій стає складовою новітньої культури споживання так само, як і боротьба між ритейлерами за право реалізації першої партії інноваційного продукту. В результаті, наприклад, за три дні від початку продажу компанією *Apple* було реалізовано понад 5 млн. смартфонів *iPhone5* [16]. Інтенсивне стимулювання актуальності інновації до її появи на ринку забезпечує ефективність інноваційного процесу також тим, що скорочує час і обмежує можливість для копіювання новинки конкурентами.

По-четверте, активізується боротьба підприємств із так званими компаніями-послідовниками, які випускають подібні продукти, у тому числі шляхом захисту авторських прав у судовому порядку. Для пролонгації актуальності інновації необхідна сучасна міжнародна система захисту інтелектуальної власності, що, з одного боку, забезпечує компанію від незаконного копіювання її продуктів, а з другого – формує умови для поширення використання моделі відкритих інновацій. Необхідність створення такої системи в найближчому майбутньому активно дискутується в науковому співтоваристві².

До вдосконалення механізмів захисту прав інтелектуальної власності спонукають і судові прецеденти. У патентних суперечках задіяні відомі компанії – світові лідери інноваційного розвитку. Приміром, 28 лютого 2013 року, згідно із повідомленням *Reuters* [17], суд Токіо прийняв рішення на користь *Apple* за позовом, поданим *Samsung Electronics*, у якому південнокорейський виробник звинуватив свого американського конкурента в порушенні патентів³. У той самий час *Apple* прогала суд компанії *VIRNETX* і повинна сплатити їй \$368 млн. за порушення її патентів (патенти, що фігурують у справі, стосуються технології віртуальних приватних мереж, використовуваної *Apple* у функції відеозв'язку *Facetime*) [18]. «Патентні війни» переслідують єдину мету – здійснення пролонгації актуальності інновації компанії, оскільки, як уже відзначалося вище, тривалість отримання вигод від нового продукту визначається зусиллями менеджменту щодо захисту продукту від копіювання.

Висновки. Для ефективного забезпечення інноваційного розвитку слід ураховувати, що інновація зберігає свої властивості лише протягом обмеженого проміжку часу, після чого перетворюється на традиційний продукт. Тож ключовими факторами забезпечення ефективності інновації є вчасність її появи на ринку, швидкість поширення і тривалість існування на ринку як інновації. З огляду на вищезазначене нами запропоновано виокремлювати специфічні принципи забезпечення інноваційного розвитку підприємства, засновані на врахуванні фактора часу: принцип передбачення актуальності інновації, принцип стимулювання актуальності інновації, принцип пролонгації актуальності інновації та принцип безперервності інноваційного процесу. Зазначені принципи мають бути покладені в основу управління інноваційним розвитком вітчизняних підприємств, що, зокрема, є напрямом наших подальших досліджень.

Література

1. Файоль А. Общее и промышленное управление [Электронный ресурс] / А. Файоль. – СПб. : Изд-во А. Ф. Маркса, 1916. – 324 с. – Режим доступа : <http://www.ime-link.ru/sections/download.php?id=1548>
2. Эмерсон Г. Двенадцать принципов производительности [Электронный ресурс] / Гаррингтон Эмерсон. – Режим доступа : <http://ru.exrus.eu/Эмерсон--Двенадцать-принципов-производительности-труда-id4f22a71c6ccc190832005800>
3. Taylor F. W. Principles of Scientific Management [Electronic recourse] / Frederick W. Taylor. – Accessed mode : <http://nationalhumanitiescenter.org/pds/gilded/progress/text3/taylor.pdf>
4. Друкер П. Ф. Бизнес и инновации / Питер Ф. Друкер ; пер. с англ. – М. : Вильямс, 2007. – 432 с.
5. Воинов А. И. Использование ресурсов нанотехнологий в инновационном развитии экономики России : автореф. дис. ...канд. экон. наук : 08.00.05 / А. И. Воинов. – М., 2009. – 24 с.
6. Малютин М. В. Оптимизация ресурсного обеспечения инновационной деятельности предприятия на основе внедрения программ планирования потребностей : автореф. дис. ...канд. экон. наук : 08.00.05 / М. В. Малютин. – М., 2009. – 23 с.
7. Сафаргалиев М. Ф. Факторы и принципы освоения инновационного потенциала промышленных предприятий [Электронный ресурс] / М. Ф. Сафаргалиев // Вопросы инновационной экономики. – 2011. – № 10 (10). – С. 11–15. – Режим доступа : <http://www.creativeconomy.ru/articles/15484/>
8. Титов А. Б. Основные принципы реализации успешных инноваций [Электронный ресурс] / А. Б. Титов. – Режим доступа : http://www.elitarium.ru/2011/08/10/principy_realizacii_innovacii.html
9. Ключевые преимущества компании Procter&Gamble [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.pg.com/ru_RU/company/core_strengths/index.shtml
10. Цыдыпов З. Б. Использование творческого потенциала потребителей для разработки и внедрения перспективных инноваций [Электронный ресурс] / З. Б. Цыдыпов // Креативная экономика. – 2009. – № 7(31). – С. 78–87. – Режим доступа : <http://www.creativeconomy.ru/articles/2906/>
11. Chesbrough H. The role of the business model in capturing value from innovation: evidence from Xerox Corporation's technology spin-off companies / H. Chesbrough, R. Rosenbloom // Industrial and Corporate Change. – 2002. – № 11(3). – P. 529–555.
12. Osterwalder A. The Business Model Ontology [Electronic recourse] / A. Osterwalder. – Accessed mode : <http://www.hec.unil.ch/aosterwa/PhD/>
13. Государская И. Кремний на песке [Электронный ресурс] / Ирина Государская // Эксперт. – 2012. – № 35(317). – 19 сент. – Режим доступа : <http://expert.ua/articles/12/0/9278/>
14. Главное в нашем деле – люди. Интервью с Питром Бооном, Генеральным директором компании «МЕТРО Кэш энд Керри» в России [Электронный ресурс] // Вестник McKinsey. – 2012. – N 26. – Режим доступа : http://www.mckinsey.com/russianquarterly/articles/issue26/04_02_12.aspx
15. Freeman C. Technology Policy and Economic Performance: Lessons from Japan / C. Freeman. – London : Frances Printer Publishers, 1987. – 168 p.
16. Hi-Tech портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.f1.cd.ru/news>. Новости от 26.09.2012 со ссылкой на The world street journal <http://online.wsj.com>
17. Reuters. Samsung Elec says loses a Japan patent lawsuit to Apple (Thu Feb 28, 2013) [Electronic recourse]. – Accessed mode : <http://www.reuters.com/article/2013/02/28/apple-samsung-japan-idUSL4N0BS25G20130228>
18. VirnetX \$368 Million Jury Verdict Against Apple Upheld (Posted on Feb 27, 2013) [Electronic recourse]. – Accessed mode : <http://virnetx.com/virnetx-368-million-jury-verdict-against-apple-upheld/>

Стаття надійшла до редакції 05.03.2013

References

1. Fayol, H. (1916). *General and industrial management*. St. Petersburg: A F Marks Publish. Retrieved February 28, 2013, from <http://www.ime-link.ru/sections/download.php?id=1548> (in Rus.).
2. Emerson, G. (1911). *Twelve principles of the productivity*. Retrieved February 28, 2013, from <http://ru.exrus.eu/Эмерсон--Двенадцать-принципов-производительности-труда-id4f22a71c6ccc190832005800> (in Rus.).
3. Taylor, F. W. (1910). *Principles of Scientific Management*. Retrieved February 28, 2013, from <http://nationalhumanitiescenter.org/pds/gilded/progress/text3/taylor.pdf> (in Rus.).
4. Drucker, P. F. (1985). *Innovation and Entrepreneurship*. Moscow: Williams Publishing, 2007 (in Rus.).
5. Voinov, A. I. (2009). *The use of resources of nanotechnologies is in innovative development of economy of Russia* (Thesis of dis. to obtain the degree of Ph.D.). Moscow, Russia (in Rus.).
6. Malutin, M. V. (2009). *Optimization of resource providing of innovative activity of enterprise on the basis of introduction of the programs of planning of necessities* (Thesis of dis. to obtain the degree of Ph.D.). Moscow, Russia (in Rus.).
7. Safargaliev, M. F. (2011). Factors and principles of mastering of innovative potential of industrial enterprises. *Voprosy Innovatsionnoy Ekonomiki*, 10(10), 11-15. Retrieved from <http://www.creativeconomy.ru/articles/15484/> (in Rus.).
8. Titov, A. B. (2011). *Main principles of realization of successful innovations*. Retrieved from http://www.elitarium.ru/2011/08/10/principy_realizacii_innovacii.html (in Rus.).
9. *Key advantages of company Procter&Gamble*. Retrieved from http://www.pg.com/ru_RU/company/core_strengths/index.shtml (in Rus.).

¹ Поняття такої системи ввів у лексикон економічної науки ще у 1980-х рр. К. Фріман (*C. Freeman*): національна інноваційна система – це складна система взаємодії економічних суб'єктів та суспільних інститутів (таких, як цінності, норми, право), що створюють і поширюють нові знання, які втілюються в нові технології, продукти та послуги [15, с. 37].

² Див., приміром, Г. Чесбро (*H. Chesbrough*) [11].

³ Два найбільші світові виробники смартфонів уже не перший рік із змінним успіхом ведуть патентну боротьбу в судах різних країн у всьому світі. У серпні 2012 року *Samsung* прогала *Apple* у США (із приписом виплатити *Apple* \$1,05 млрд. за порушення патентів). За рішенням Токійського суду, суму виплати зменшено до \$598,9 млн., а у частині порушень призначено новий розгляд із метою визначення розмірів

10. Cydypov, Z. B. (2009). The Uses of creative potential of users for development and introduction of perspective innovations. *Kreativnaya Ekonomika*, 7(31), 78-87. Retrieved from <http://www.creativeconomy.ru/articles/2906/> (in Rus.).

11. Chesbrough, H., & Rosenbloom, R. (2002). The role of the business model in capturing value from innovation: evidence from Xerox Corporation's technology spin-off companies. *Industrial and Corporate Change*, 11(3), 529-555.

12. Osterwalder, A. (2004). *The Business Model Ontology. A proposition in a design science approach*. University de Lausanne. Retrieved from http://www.hec.unil.ch/aosterwa/phd/osterwalder_phd_bm_ontology.pdf

13. Gosudarskaya, I. (2012, September 19). Silicon on sand. *Expert*, 35(317). Retrieved from <http://expert.ua/articles/12/0/9278/> (in Rus.).

14. *Main on our business are people* (2012). Interview with Pitrom Boonom, by the Director General of company «METRO Cache of end Kerri» in Russia. *Vestnik*

McKinsey, 26. Retrieved from http://www.mckinsey.com/russianquarterly/articles/issue26/04_02_12.aspx (in Rus.).

15. Freeman, C. (1987). *Technology Policy and Economic Performance: Lessons from Japan*. London: Frances Printer Publishers.

16. *Hi-Tech portal*. Retrieved from <http://www.f1cd.ru/news>. News from 26.09.2012 with reference on The World Street Journal <http://online.wsj.com> (in Rus.).

17. *Reuters. Samsung Elec says loses a Japan patent lawsuit to Apple*. Retrieved February 28, 2013, from <http://www.reuters.com/article/2013/02/28/apple-samsung-japan-idUSL4N0BS25G20130228>

18. *VirnetX \$368 Million Jury Verdict Against Apple Upheld*. Retrieved February 27, 2013, from <http://virnetx.com/virnetx-368-million-jury-verdict-against-apple-upheld>

Received 05.03.2013

УДК 331.104

**С. Ю. Бірюченко**

старший викладач кафедри економіки,
Житомирський державний технологічний університет, Україна
sy_biryuchenko@ukr.net

СУТНІСТЬ ТА ІНСТРУМЕНТИ ВНУТРІШНЬОГОСПОДАРСЬКОГО РЕГУЛЮВАННЯ ДОХОДУ ПЕРСОНАЛУ

Анотація. Визначено суть і завдання внутрішньогосподарського регулювання доходу персоналу. Окреслено інструменти механізму регулювання доходу персоналу суб'єктами господарювання й охарактеризовано недоліки регулювання на вітчизняних підприємствах. Підтверджено важливість здійснення внутрішньогосподарського регулювання через договори та угоди, тобто локальні нормативно-правові акти.

Ключові слова: дохід персоналу, внутрішньогосподарське регулювання, інструменти механізму регулювання, локальні нормативно-правові акти.

С. Ю. Бирюченко

старший преподаватель кафедры экономики, Житомирский государственный
технологический университет, Украина

СУЩНОСТЬ И ИНСТРУМЕНТЫ ВНУТРИХОЗЯЙСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ДОХОДА ПЕРСОНАЛА

Аннотация. Определены сущность и задачи внутрихозяйственного регулирования дохода персонала. Очерчены инструменты механизма регулирования дохода персонала субъектами хозяйствования. Охарактеризованы недостатки регулирования на отечественных предприятиях. Подтверждена важность осуществления внутрихозяйственного регулирования через договоры и соглашения, то есть локальные нормативно-правовые акты.

Ключевые слова: доход персонала, внутрихозяйственное регулирование, инструменты механизма регулирования, локальные нормативно-правовые акты.

Svitlana Biryuchenko

Senior Lecturer, Department of Economics, Zhytomyr State Technological University, Ukraine

ESSENCE AND INSTRUMENTS OF STAFF'S INCOME INTERNAL REGULATION

Abstract. The author determined the nature and objectives of internal regulation of revenue staff. Tools of mechanism of income regulation of an entity were outlined; its disadvantages and regulation on domestic enterprises were described. The importance of carrying out the internal regulation through treaties and agreements of local regulations was confirmed.

Key words: income of staff; internal regulation; tools of regulation mechanism; local regulations.

JEL Classification: D24, J38, J39, J50

Постановка проблеми. Рівень зацікавленості працівника у продуктивній праці на основі забезпечення залежності розміру його доходу від фактичного трудового вкладу, частки участі у власності, а також кінцевих результатів роботи підприємства сприятиме виходу з економічної кризи та можливості її відвернення в нашій країні, виведенню її на новий шлях економічного розвитку, заснований на природі продуктивності праці.

Для цього необхідно налагодити механізм регулювання відносин між підприємствами та працівниками через розподіл грошових потоків від господарської діяльності, оскільки будь-яка дія потребує скерованості. Відповідно до законодавства регулювання доходу працівника в Україні здійснюється за двома формами – державною та договірною [1]. Державне регулювання базується на встановленні нормативно-правових актів. Договірне регулювання оплати праці працівників підприємств здійснюється на основі систем угод, які укладаються на державному, галузевому, регіональному і виробничому рівнях. Проте за ієрархією регулювання доходу персоналу найнижчий рівень – виробничий – має найважливіше значення, оскільки враховує специфіку діяльності, форму власності, стадію розвитку тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема регулювання надходжень персоналу є популярною серед науковців у контексті оплати праці. Вагомий внесок у дослідження проблем регулювання заробітної плати зробили, перш за все, такі вчені, як Д. П. Богиня, Н. А. Волгіна, А. Жукова [2], В. Звонар, Р. А. Яковлева та ін. Проблеми договірної регулювання оплати праці плідно розробляють такі науковці, як М. Д. Ведерніков, Ю. В. Машика і Н. А. Марушкой, С. А. Матюх, Н. Б. Ільченко та ін. Вивченню проблематики державного регулювання оплати праці присвячено праці багатьох учених і фахівців, зокрема І. Ломанова, Ю. Лігума і Г. Т. Кулікова, Т. І. Олійник та Р. М. Шелудько, В. Г. Андрійчука і Є. В. Хрупова [3]. Дослідженням питання участі працівників у прибутках займаються Е. Лібанова, В. Петюх, Т. Кір'ян, Т. Збрицька [4]. Серед зарубіжних дослідників проблем регулювання надходжень працівникам приділили увагу Ламберт Сьорхон (*Lambert M. Surhone*), Міріам Тімпледон (*Miriam T. Timpledon*), Сусана Месекен (*Susan F. Marseken*), Роберт Лонглі (*Robert Longley*). Проте невіршеними залишаються питання щодо регулювання сукупного доходу працівника, особливо в системі