

## РОЗДІЛ 4

### ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

УДК 005.21 (477)

Гуржій Н. М.

Мотика В. С.

Запорізький національний університет

#### ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПАТ «МОТОР СІЧ»

У статті обґрунтовано необхідність розроблення конкурентних стратегій для великого вітчизняного авіабудівного підприємства ПАТ «Мотор Січ». Проведено оцінку конкурентоспроможності підприємства порівняно з двома основними конкурентами – General Electric (США) і Snecma/Turbomeca (Франція). Розроблено рекомендації щодо реалізації механізму управління конкурентними можливостями підприємства.

**Ключові слова:** конкуренція, стратегія, конкурентоспроможність, авіабудівництво.

**Постановка проблеми.** Стратегічна роль промисловості у стимулюванні економічного зростання та підвищення конкурентоспроможності економіки країни значною мірою залежить від сектору машинобудівних підприємств, обсяги виробництва яких нині сягають майже 70 млрд. грн. Цей показник менше, ніж у розвинених країнах, обсяг машинобудівних підприємств за останні два роки скоротився більше ніж на 40% [1].

В Україні найбільш конкурентоспроможною галуззю промисловості є авіаційна, оскільки має значний потенціал для розвитку не тільки в межах національного ринку, а й у глобальному масштабі. Україна знаходиться у групі небагатьох країн, які мають науково-технічну базу для створення і виробництва найсучаснішої авіатехніки, тому досить важливим є дослідження рівня конкурентоспроможності найбільш значимого авіабудівного підприємства – ПАТ «Мотор Січ».

Оскільки в умовах мінливого глобального економічного середовища під час розроблення стратегій вплив факторів зовнішнього середовища майже не враховується, тому розробляються і реалізуються неефективні стратегії та втрачаються конкурентні переваги, що призводить до неповноцінного використання підприємством своїх стратегічних можливостей. Виникає потреба у розроблення рекомендацій щодо управління стратегічними можливостями підприємств, які в перспективі будуть сприяти їх ефективному розвитку.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій** свідчить про зростання уваги українських економістів щодо вивчення проблем конкурентоспроможності підприємств промисловості, зокрема авіабудування. До українських учених, що працювали над проблемами управління стратегічними можливостями організації, можна віднести О. Гавриша, О. Кузьміна, В. Мартиненко, В. Марченко, П. Перерву, В. Дергачова, В. Пономаренко, Д. Стеченко, І. Писаревського, І. Смоліна, Д. Баюру, С. Войтко, В. Диканя. Цю проблематику вивчали й зарубіжні вчені: Р. Грант, М. Портер, І. Ансофф, К. Шоулз, А. Томпсон, Д. Чандлер, Г. Мінцберг.

Але, незважаючи на велику кількість публікацій щодо оцінки конкурентоспроможності, не існує системного підходу до визначення конкурентоспроможності підприємства за його продукцією.

**Мета статті** полягає в оцінці факторів, які впливають на конкурентне становище підприємства та його конкурентоспроможність, розробленні теоре-

тичних та практичних рекомендацій щодо вдосконалення конкурентних стратегій підприємства.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Конкурентоспроможність – це особливість об'єкта, яка відрізняється ступенем дійсного і потенційного задоволення потреби порівняно зі схожими об'єктами, запропонованими на даному ринку. Конкурентоспроможність визначається за спеціальним об'єктом на спеціальному ринку. Конкуренція буває стратегічною і тактичною. У спеціальній літературі пропонується використовувати для оцінки конкурентоспроможності організації комплекс показників. Такими показниками є: займана частка ринку (сегмента); якість продукції; рівень цін; широта асортименту; фінансова стійкість; рівень використання виробничої потужності; рівень дистрибуції; техніко-економічний рівень підприємства; рівень корпоративної культури; витрати на гривню товарної продукції; рівень інноваційної активності; показники рентабельності [2, с. 81].

Оцінка конкурентоспроможності об'єкта повинна здійснюватися на основі вимірювання її факторів, які повинні порівнюватися з відповідними факторами основних конкурентів або з нормативами (ідеальним об'єктом).

Підприємство не може бути конкурентоспроможним, якщо воно виробляє та надає неконкурентоспроможні і товари та послуги, де конкурентність товару є головним складником конкурентоспроможності підприємства.

Для вирішення цільових завдань щодо підвищення конкурентоспроможності доцільно застосовувати комплексний підхід до розроблення та побудови моделі конкуренції компанії.

Для ПАТ «Мотор Січ» рекомендується комплексна оцінка конкурентоспроможності підприємства з побудовою відповідної моделі. На початковому етапі побудови моделі доцільно створення багатокутника конкурентоспроможності внутрішніх конкурентних переваг. На наступному етапі як висота складної геометричної фігури (піраміди) використовується ринкова частка підприємства – зовнішня конкурентна перевага. Сукупність піраміди характеризує загальну конкурентоспроможність підприємства.

Для оцінки конкуренції використовуються узагальнений критерій внутрішнього суперництва підприємства та внутрішня відносна конкурентоспроможність компанії. Коли внутрішні конкурентні переваги оцінюються експертами, для виявлення узгодженості їх відповідей визначається коефіцієнт конкордації [4].

Конкурентоспроможність ПАТ «Мотор Січ» нами була визначена за допомогою методики комплексної оцінки конкурентоспроможності підприємства на основі побудови багатокритеріального конкурентоспроможності. Оцінка внутрішньої і загальної конкурентоспроможності проводилася для ПАТ «Мотор Січ», General Electric (США) і Snecma/Turbomeca (Франція), ринкові частки яких такі: «Мотор Січ» – 29,2%, General Electric – 34,6%, Snecma/Turbomeca – 26,84%. Експертами виступили п'ять досвідчених фахівців. Оцінка проводилася за десятибальною шкалою [5].

На початку побудови моделі будується багатокритеріальний конкурентоспроможності внутрішніх конкурентних переваг.

Серед найбільш значущих аспектів можна виділити такі внутрішні конкурентні переваги: конкурентоспроможність продукції; фінансовий стан компанії; результативність маркетингової діяльності; рентабельність продажів; імідж підприємства; ефективність менеджменту.

Експертні оцінки факторів конкурентоспроможності ПАТ «Мотор Січ» і його основних конкурентів (General Electric і Snecma/Turbomeca) наведено в табл. 1.

Для оцінки узгодженості відповідей експертів розраховується коефіцієнт конкордації, дані для розрахунку коефіцієнта наведено в табл. 2-4.

Коефіцієнт конкордації змінюється в діапазоні  $0 < W < 1$  – повна неузгодженість, 1 – повна однаковість.

Значення  $W$  від 0,2 до 0,4 свідчить про слабку узгодженість експертів, від 0,6 до 0,8 – про сильну узгодженість.

Коефіцієнт конкордації визначається за формулою (1):

$$W = \frac{12 \times S}{n^2 \times (m^2 - m)}, \quad (1)$$

де  $S$  – сума квадратів відхилень усіх оцінок рангів кожного об'єкта експертизи від середнього значення;  $n$  – число експертів;

$m$  – число об'єктів експертизи.

Під час оцінки факторів конкурентоспроможності ПАТ «Мотор Січ» (табл. 2) коефіцієнт конкордації  $W$  дорівнює 0,405 і свідчить про достатній рівень узгодженості відповідей експертів.

$12 \times 177,3 / 25 \times (216-6) = 0,405$  за значення середнього рангу 34,3.

Під час оцінки факторів конкурентоспроможності General Electric (табл. 3) коефіцієнт конкордації  $W$  дорівнює 0,541 і свідчить про достатній рівень узгодженості відповідей експертів.

$12 \times 236,8 / 25 \times (216-6) = 0,541$  за значення середнього рангу 33,8.

Таблиця 1

Оцінка факторів конкурентоспроможності ПАТ «Мотор Січ» і його основних суперників (General Electric і Snecma/Turbomeca)

Фактори	Мотор Січ						General Electric (США)						Snecma / Turbomeca (Франція)					
	1	2	3	4	5	сер. бал	1	2	3	4	5	сер. бал	1	2	3	4	5	сер. бал
Конкурентоспроможність продукції Ф1	6	5	4	7	6	5,6	4	6	3	5	3	4,2	9	9	10	8	8	8,8
Фінансовий стан підприємства Ф2	8	10	6	9	7	8	6	7	6	8	6	6,6	7	7	6	8	7	7
Ефективність маркетингової діяльності компанії Ф3	9	7	8	7	7	7,8	8	7	7	9	7	7,6	6	5	7	6	6	6
Рентабельність продажу Ф4	8	6	7	6	8	7	9	6	8	8	8	7,8	3	4	3	5	4	3,8
Імідж (марочний капітал) компанії Ф5	7	7	8	9	7	7,6	8	7	7	9	8	7,8	7	9	8	9	8	8,2
Ефективність менеджменту Ф6	4	7	4	5	6	5,2	7	8	7	5	6	6,6	7	5	4	5	6	5,4

Таблиця 2

Дані для розрахунку коефіцієнта конкордації за експертною оцінкою ПАТ «Мотор Січ»

Фактор конкурентоспроможності підприємства	Оцінка експертів					Сума рангів	Відхилення від середнього рангу	Квадрат відхилень
	1	2	3	4	5			
Конкурентоспроможність продукції	6	5	4	7	6	28	6,3	40,1
Фінансовий стан підприємства	8	10	6	9	7	40	-5,6	32,1
Ефективність маркетингової діяльності компанії	9	7	8	7	8	39	-4,6	21,7
Рентабельність продажу	8	6	7	6	8	35	-0,6	0,44
Імідж (марочний капітал) компанії	7	7	8	9	7	38	-3,6	13,4
Ефективність менеджменту	4	7	4	5	6	26	8,3	69,4
Разом						206		177,3

Таблиця 3

Дані для розрахунку коефіцієнта конкордації за експертною оцінкою оператора General Electric (США)

Фактор конкурентоспроможності підприємства	Оцінка експертів					Сума рангів	Відхилення від середнього рангу	Квадрат відхилень
	1	2	3	4	5			
Конкурентоспроможність продукції	4	6	3	5	3	21	12,8	164,7
Фінансовий стан підприємства	6	7	6	8	6	33	0,8	0,69
Ефективність маркетингової діяльності компанії	8	7	7	9	7	38	-4,1	17,3
Рентабельність продажу	9	6	8	8	8	39	-5,1	26,7
Імідж (марочний капітал) компанії	8	7	7	9	9	39	-5,1	26,7
Ефективність менеджменту	7	8	7	5	6	33	0,8	0,7
Разом						203		236,8

Під час оцінки факторів конкурентоспроможності Snecma/Turbomesa (табл. 4) коефіцієнт конкордації W дорівнює 0,981 і свідчить про високий ступінь узгодженості відповідей експертів.

$12 * 429,3 / 25 * (216-6) = 0,981$  за значення середнього рангу 32,67.

На другому етапі розраховуються внутрішня конкурентоспроможність і загальна конкурентоспроможність кожного підприємства.

Площа багатокутника, або внутрішня конкурентоспроможність оператора, розраховується за формулою (2) як сума площ шести трикутників.

$$P_{\text{мног}} = \frac{1}{2} \times \sin \times (\Phi_1 \times \Phi_2 \times \Phi_3 \times \dots \times \Phi_6 \times \Phi_1), \quad (2)$$

де Pкон – площа основи піраміди (багатокутника конкурентоспроможності продукції); sin α – кут між векторами в багатокутнику, тому що векторів у моделі шість, кут дорівнює 60є; Φ1, Φ2 ... Φ6 – внутрішні конкурентні переваги компанії.

Для оцінки загальної конкурентоспроможності компанії визначається ринкова частка підприємства, яка є зовнішньою конкурентною перевагою і відображає дійсний стан компанії в конкурентному середовищі, частка ринку (H) є висотою піраміди як оптимальний кількісний параметр.

Для розрахунку внутрішньої конкурентоспроможності підприємства необхідно привести в експертних оцінках факторів до одиниці за допомогою простої пропорції, наведені оцінки факторів конкурентоспроможності представлені в табл. 5.

Внутрішня конкурентоспроможність ПАТ «Мотор Січ» дорівнює 1,228 за конкурентоспроможності ідеалу 2,6:

$$P \text{ «Мотор Січ»} = S * \sin (60 * 3,14 / 180) * (0,56 * 0,8 + 0,8 * 0,78 + 0,78 * 0,7 + 0,7 * 0,76 + 0,76 * 0,52 + 0,52 * 0,56) = 1,228;$$

$$P \text{ ідеалу} = S * \sin (60 * 3,14 / 180) * (1 * 1 + 1 * 1 + 1 * 1 + 1 * 1 + 1 * 1 + 1 * 1) = 2,597.$$

Внутрішня конкурентоспроможність General Electric дорівнює 1,20:

$$P \text{ General Electric} = S * \sin (60 * 3,14 / 180) * (0,42 * 0,66 + 0,66 * 0,76 + 0,76 * 0,78 + 0,78 * 0,78 + 0,78 * 0,66 + 0,66 * 0,42) = 1,20.$$

Внутрішня конкурентоспроможність Snecma/Turbomesa дорівнює 1,08:

$$P \text{ Snecma/Turbomesa} = S * \sin (60 * 3,14 / 180) * (0,88 * 0,7 + 0,7 * 0,6 + 0,6 * 0,38 + 0,38 * 0,82 + 0,82 * 0,54 + 0,54 * 0,88) = 1,08.$$

Для розрахунку загальної конкурентоспроможності використовуємо формулу (3):

$$E_k = \frac{1}{3} \times P_{\text{мног}} \times H, \quad (3)$$

де Eк – оцінка конкурентоспроможності оператора стільникового зв'язку.

Загальна конкурентоспроможність «Мотор Січ» дорівнює 0,119, або 12%:

$$\frac{1}{3} * 1,227 * 0,292 = 0,119.$$

Загальна конкурентоспроможність General Electric дорівнює 0,138, або 14%:  $\frac{1}{3} * 1,199 * 0,346 = 0,138.$

Загальна конкурентоспроможність Snecma/Turbomesa дорівнює 0,096, або 10%:  $\frac{1}{3} * 1,079 * 0,2684 = 0,119.$

Загальна конкурентоспроможність ідеалу дорівнює 0,563, або 56,3%, тому що ринкова частка не може перевищувати 65%:  $\frac{1}{3} * 2,6 * 0,65 = 0,563.$

Відносна внутрішня конкурентоспроможність підприємства розраховується за формулою (4):

$$K_{\text{Пв}} = \frac{P_{\text{мотор}}}{P_{\text{база}}}, \quad (4)$$

де Pмотор – внутрішня конкурентоспроможність «Мотор Січ» (площа багатокутника дорівнює сумі площ шести його секторів);

Pбаза – внутрішня конкурентоспроможність бази порівняння (конкурента або ідеалу).

Відносна внутрішня конкурентоспроможність «Мотор Січ» до General Electric дорівнює 102,32%, до Snecma/Turbomesa – 113,75%, до ідеалу – 21%.

Відносна загальна конкурентоспроможність підприємства розраховується за формулою (5):

$$K = \frac{E_{\text{мотор}}}{E_{\text{база}}} \times 100, \quad (5)$$

де Eмотор – загальна конкурентоспроможність «Мотор Січ» (обсяг складної геометричної фігури);

Таблиця 4

Дані для розрахунку коефіцієнта конкордації за експертною оцінкою Snecma/Turbomesa (Франція)

Фактор конкурентоспроможності підприємства	Оцінка експертів					Сума рангів	Відхилення від середнього рангу	Квадрат відхилень
	1	2	3	4	5			
Конкурентоспроможність продукції	9	9	10	8	8	44	-11,3	128,4
Фінансовий стан підприємства	7	7	6	8	7	35	-2,3	5,4
Ефективність маркетингової діяльності компанії	6	5	7	6	6	30	2,6	7,1
Рентабельність продажу	3	4	3	5	4	19	13,6	186,7
Імідж (марочний капітал) компанії	1	9	8	9	8	41	-8,3	69,4
Ефективність менеджменту	7	5	4	5	6	27	5,6	32,1
Разом						196		429,3

Таблиця 5

Оцінки чинників конкурентоспроможності «Мотор Січ» і конкурентів за десятибальною шкалою і приведені до одиниці

Фактор конкурентоспроможності підприємства	Мотор Січ		General Electric (США)		Snecma / Turbomesa (Франція)	
	Десятибальна шкала	приведена до одиниці	Десятибальна шкала	приведена до одиниці	Десятибальна шкала	приведена до одиниці
Конкурентоспроможність продукції	5,6	0,56	4,2	0,42	8,8	0,88
Фінансовий стан підприємства	8	0,8	6,6	0,66	7	0,7
Ефективність маркетингової діяльності компанії	7,8	0,78	7,6	0,76	6	0,6
Рентабельність продажу	7	0,7	7,8	0,78	3,8	0,38
Імідж (марочний капітал) компанії	7,6	0,76	7,8	0,78	8,2	0,82
Ефективність менеджменту	5,2	0,52	6,6	0,66	5,4	0,54

Показники конкурентоспроможності ПАТ «Мотор Січ»

Рівні конкурентоспроможності	Мотор Січ	General Electric (США)	Snecma / Turbomeca(Франція)	Ідеал
Частка ринку	0,292	0,346	0,2684	0,65
Внутрішня конкурентоспроможність	1,228	1,2	1,08	2,6
Загальна конкурентоспроможність	0,119	0,138	0,09	0,563
Відносна внутрішня конкурентоспроможність Мотор Січ, %		102,32	113,75	47,3
Відносна загальна конкурентоспроможність Мотор Січ, %		86,35	123	21

Ебза – загальна конкурентоспроможність бази порівняння (конкурента або ідеалу).

Відносна загальна конкурентоспроможність «Мотор Січ» до General Electric дорівнює 86,35%, до Snecma/Turbomeca – 123%, до ідеалу – 21%.

Показники внутрішньої, загальної конкурентоспроможності «Мотор Січ» і конкурентів, відносно внутрішньої конкурентоспроможності та відносно загальної конкурентоспроможності «Мотор Січ» представлено в табл. 6.

З отриманих результатів видно, що відносна внутрішня конкурентоспроможність «Мотор Січ» вище, ніж у основних конкурентів. При цьому загальна конкурентоспроможність Мотор Січ нижче щодо General Electric. Це пояснюється тим, що під час розрахунку показника загальної конкурентоспроможності враховується частка ринку авіабудівних підприємств, а General Electric має найбільшу частку на цьому ринку – 34,6%.

Щоб забезпечити і зміцнити конкурентні позиції компанії на міжнародному ринку, використовується комплекс організаційних, кадрових, виробничих та інших заходів, працюють висо-

котехнологічні обладнання і виробничі процеси, гарантується світовий рівень системи якості [6; 7].

**Висновки.** Компанія «Мотор Січ» є одним із флагманів індустріального комплексу України. Основою виробничої програми підприємства є авіаційні двигуни, які взагалі належать до категорії технічного забезпечення засобів доставки, цивільного та комерційного призначення.

Перспективним напрямом розвитку компанії є співробітництво із закордонними партнерами, що позбавить залежності від ринку Росії. Спільне виготовлення та реалізація транспортних і військово-транспортних літаків є хорошим досвідом закордонного авіабудування. Прогресивна форма авіабудівної організації на ринку збуту повинна одночасно забезпечувати: інтеграцію основних ланок виробництва авіатехніки; модернізацію основних фондів; здійснення серійного виробництва авіатехніки з додержанням стандартних вимог до організації виробництва; реалізацію стратегії диверсифікації; фінансування великомасштабних досліджень; організацію післяпродажного обслуговування й зацікавлення споживачів; мобільність і гнучкість реагування на зміни зовнішніх чинників.

#### Список використаних джерел:

1. Державний комітет статистики України. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2013/pr/orp/orp\\_u/orp0417\\_u.htm/](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2013/pr/orp/orp_u/orp0417_u.htm/).
2. Романова А.И. Конкурентоспособность предприятия: методы оценки, стратегия повышения. Современная конкуренция. 2007. № 5. С. 78–84.
3. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отрасли и конкурентов; пер. с англ. М., 2007.
4. Конкурентне середовище підприємства. URL: <http://posibniki.com.ua/post-konkurentne-seredovische-pidpriemstva>.
5. Мотор Січ. URL: <http://www.motorsich.com/ukr/profile/>.
6. Трансформація системи планування промислового підприємства ПАТ «Мотор Січ» в умовах нестабільного зовнішнього середовища / М.С. Лубінець, К.Г. Бульбенко, О.М. Олійник. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». 2015. Вип. 13. Ч. 3. URL: [http://www.ej.kherson.ua/journal/economic\\_13/104.pdf](http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_13/104.pdf).
7. Новіков К.В., Бассова О.О. Напрями підвищення конкурентоспроможності ПАТ «Мотор Січ». URL: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=66823>.

Гуржий Н. М.

Мотыка В. С.

Запорожский национальный университет

#### ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПАО «МОТОР СИЧ»

##### Резюме

В статье обоснована необходимость разработки конкурентных стратегий для крупного отечественного авиастроительного предприятия ПАО «Мотор Сич». Проведена оценка конкурентоспособности предприятия по сравнению с двумя основными конкурентами – General Electric (США) и Snecma/Turbomeca (Франция). Разработаны рекомендации по реализации механизма управления конкурентными возможностями предприятия.

**Ключевые слова:** конкуренция, стратегия, конкурентоспособность, авиастроение.



Gurzhii N. M.  
Motyka V. S.  
Zaporizhzhya National University

## ESTIMATION OF COMPETITIVENESS FOR JSC «MOTOR SICH AIRLINES»

### Summary

The article substantiates the necessity of developing competitive strategies for the large domestic aircraft construction company PJSC "Motor Sich". An assessment of the company's competitiveness compared to its two main competitors – General Electric (USA) and Snecma / Turbomeca (France). Recommendations on implementation of the mechanism of management of competitive opportunities of the enterprise are developed.

**Key words:** competition, strategy, competitiveness, aviation engineering.

УДК 338.45.621

Іванова В. Б.  
Харківський національний університет радіоелектроніки

## МАКРОЕКОНОМІЧНІ ЧИННИКИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Стаття присвячена виявленню чинників інноваційної діяльності в Україні в період 1995–2015 рр. Побудовано три рівняння множинної регресії, що адекватно визначають вплив чотирьох груп чинників макроекономічного розвитку на інноваційну активність, серед яких слід назвати чинники, що характеризують загальноекономічний рівень розвитку; чинники, що характеризують рівень розвитку промисловості; чинники, що характеризують рівень розвитку ринку праці; чинники, що характеризують рівень розвитку науково-технічного сектору. Запропоновано рекомендації щодо забезпечення ефективності інноваційної діяльності в Україні.

**Ключові слова:** інноваційна діяльність, прямі іноземні інвестиції, інноваційні витрати, заробітна плата, фінансування науково-технічних розробок, інфляція, валовий внутрішній продукт.

**Постановка проблеми.** Інноваційна діяльність є невід'ємною складовою розвитку будь-якої сучасної економіки. Досвід країн-лідерів світової економіки свідчить про те, що лише спрямування до інноваційної сфери розвитку є запорукою зростання економічних та, як наслідок, наукових і соціальних показників. Таким чином, встановлення закономірностей інноваційної діяльності, характерних для України, є важливим питанням як в теоретичному, так і в практичному сенсі.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** У сучасній спеціальній літературі достатня кількість публікацій сьогодні присвячена інноваційній діяльності суб'єктів господарювання. Так, наприклад, І. Яненкова досліджує інноваційну діяльність промислових підприємств України з точки зору стану та перспектив розвитку [1]. Аналогічне дослідження виконують К. Ковтуненко та О. Нестеренко [2]. В. Джеджула, І. Єпіфанова, О. Цвик [3] систематизують підходи до розгляду інноваційної діяльності вітчизняних підприємств як провідного чинника забезпечення конкурентоспроможності. І. Віннікова та С. Марчук [4] здійснюють аналіз інноваційної активності промислових підприємств України. Ю. Полякова досліджує інноваційну діяльність вітчизняних промислових підприємств, виявляє причини, що стримують інноваційну активність, а також розробляє підходи до їх усунення [5]. О. Орленко аналізує рівень інноваційної діяльності промислових підприємств України загалом та Одеського регіону зокрема, а також розглядає її роль у збільшенні рівня продуктивності праці, зростанні рівня конкурентоспроможності вітчизняного бізнесу, покращенні добробуту населення [6].

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** Проте, беручи до уваги той факт, що не існує єдиного підходу до визначення сис-

теми показників, які більшою мірою впливають на інноваційну діяльність, вважаємо питання аналізу головних аспектів розвитку інноваційної діяльності в Україні актуальним та таким, що потребує подальшого дослідження. Зокрема, не вирішеною частиною проблеми є виявлення закономірностей впливу групи макроекономічних чинників на інноваційну діяльність в Україні.

**Мета статті** полягає у виконанні кореляційного аналізу впливу макроекономічних чинників на інноваційну діяльність в Україні за період з 1995 по 2015 рр.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Інноваційну діяльність пов'язують з науковими, технологічними, організаційними, фінансовими та комерційними діями, які приводять до здійснення інновацій або задумані з цією метою [7, с. 138]. До інноваційної діяльності також належать дослідження і розробки, безпосередньо не пов'язані з підготовкою конкретної інновації. З метою з'ясування складу системи чинників, що характеризують стан інноваційної діяльності в сучасній Україні та впливають на інноваційну діяльність, будемо використовувати дані офіційної статистики [7–9]. Мінімально достатніми для загальної характеристики інноваційної діяльності та її ефективності є результуючі чинники, а саме рівень інноваційної активності ( $y_1$ ), %; обсяг витрат на інноваційну діяльність ( $y_2$ ), млн. грн.; обсяг реалізованої інноваційної продукції ( $y_3$ ), млн. грн.

Для виконання подальших розрахунків скористаємося напрацюваннями вітчизняних науковців [10]. Розглянемо вплив на  $y_1, y_2, y_3$  таких чотирьох груп параметрів:

- 1) чинники, що характеризують загальноекономічний рівень розвитку:
  - розмір валового внутрішнього продукту ( $x_1$ ), млн. грн.;