

Секція 2.
Теорія і практика формування інноваційно-інвестиційного потенціалу промислових підприємств

Науковий модератор:
к.е.н., доцент Свірідова С.С.

УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ ЯК ОСНОВА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

В.О. Кравченко, к.е.н., професор

Одеський національний економічний університет

Активна інноваційна діяльність обумовлює формування конкурентних переваг підприємства, що дозволяє йому успішно функціонувати на ринку. Інновації виступають першоджерелом інноваційного процесу, що об'єднує науку, техніку, економіку у контексті поступової заміни старої техніки. Процеси впровадження інновацій в господарську діяльність підприємств напряму пов'язані з додатковими економічними ризиками, які призводять до зниження загального рівня показників економічної безпеки підприємства. З іншого боку відсутність інновацій в діяльності підприємства сама виступає фактором неабиякого ризику та загрози для підприємства.

На відміну від країн, які постійно нарощуючи свій науковий і інноваційний потенціали, Україна, навпаки, його втрачає, знижуючи, відповідно, свою інвестиційну привабливість. Як свідчать дослідження компанії Battelle [2]. У порівнянні з докризовим 2007 р., світові валові R&D видатки зросли в 2013 р. на 38,6% (світові валові R&D видатки в 2007 р. становили 1123,9 млрд. дол.), щодо українських валових інвестицій в інноваційну сферу економіки вони дорівнюють трьом мільярдам доларів. За показником 2013 р., це в 150 раз менше, ніж у США. Позитивним є те, що за показником R&D інвестицій Україна, в 2013 р. є серед 40 країн, сумарні R&D видатки яких становили 97,4% світового показника.

Як зазначає провідний фахівець Центру досліджень науково-технічного потенціалу та історії науки ім. Г. Боброва НАНУ В. Головатюк, що беручи до уваги світові тенденції, і враховуючи взаємозв'язок між науковими дослідженнями й розробками з економічним ростом, складно пояснити неадекватне відношення до науки в українському суспільстві.

За міжнародними оцінками, одне робоче місце в R&D секторі економіки забезпечує функціонування більш двох робочих місць в інших її сферах. Зокрема, за оцінками Battelle, в 2014 р. валові видатки на наукові дослідження й розробки в розмірі 465 млрд. дол. забезпечать функціонування в США 2,7 млн. робочих місць в R&D секторі економіки й додатково підтримають функціонування в інших секторах понад шести мільйонів робочих місць [3].

У сучасних умовах процес успішного функціонування й економічного розвитку українських підприємств багато в чому залежить від удосконалювання їх діяльності та активізації інноваційна діяльність. Разом з тим практика свідчить, що технологічне оновлення українських підприємств здійснюється досить низькими темпами, протікає. Так, у якості основних чинників, що негативно впливають та уповільнюють інноваційну діяльність вітчизняних підприємств слід виділити наступні: активна участь представників влади в управлінні комерційною діяльністю підприємства; використання кримінальних структур для впливу на конкурентів; недосконалість законодавчої бази, що не дозволяє у повному обсязі протидіяти несумлінній конкуренції; відсутність у країні сприятливих умов для проведення науково-технічних досліджень; відсутність докладної й об'єктивної інформації про суб'єктів підприємницької діяльності й про їхнє фінансове становище; відсутність культури ведення справ у підприємницькому середовищі.

Поряд з такими складовими економічної безпеки підприємства як фінансова, техніко-технологічна, інтелектуальна й кадрова, політико-правова, екологічна слід розглядати й інноваційну складову. Основний зміст інноваційної складової полягає в тому, що вона має можливість впливати на інші складові й підвищувати рівень їх економічної безпеки через впровадження інновацій у виробництво й сферу управління. Управління економічною безпекою підприємства це динамічний процес, а не статичне явище, у зв'язку із цим діяльність служби економічної безпеки повинна ґрунтуватися на превентивній (упереджувальній) моделі, але якщо вплив погрози неможливо попередити, тоді слід мінімізувати заподіяний збиток за допомогою моделі активного реагування.

Узагальнюючи вищевикладене, можна стверджувати, що:

1. Активізація інноваційної діяльності забезпечує кількісне і якісне зростання підприємств. Однак потенціал інновації далеко не всі підприємства можуть використати повною мірою, запізнюючись із виведенням інновацій, що знижує ефективність та зростання економічної безпеки підприємства. Від того, наскільки активними є суб'єкти господарювання у створенні та комерціалізації інновацій залежить їх конкурентоспроможність та економічна безпека.

2. Підвищення економічної безпеки на засадах активізації інноваційного розвитку знаходиться в прямій залежності від інвестиційних можливостей підприємства. Відсутність вільного доступу до кредитних та інвестиційних ресурсів для більшості вітчизняних підприємств значно зменшила їх фінансові можливості, що ускладнило й до цього незначне фінансування інноваційних процесів, характерною рисою яких є великі загрози, пов'язані із неприйняттям інновацій ринком.

3. Основними бар'єрами на шляху активізації інноваційної діяльності в нашій державі є відсутність стійких інформаційних зв'язків між наукою і підприємницьким сектором, між різними сферами науки і технологій, галузями економіки, а також відсутність фінансової підтримки наукових і дослідних установ з боку держави і приватного сектору ще більше ускладнюють ситуацію.

Література:

1. Global R&D funding forecast, 2014.
http://www.battelle.org/docs/tpp/2014_global_rd_funding_forecast.pdf
2. Головатюк В. Інноваційне розвиток української економіки: мировий контекст. *www.zn.ua*. № 8 (154).

ОСОБЛИВОСТІ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ІННОВАЦІЙ

Т.І. Черкасова, к.е.н., професор
Т.О. Балєва

Одеський національний політехнічний університет

Процес комерціалізації нововведення є етапом життєвого циклу інновації, який забезпечує ефективність впровадження її на ринок. Розробка продуктового чи технологічного нововведення спрямовані на зростання економічного потенціалу підприємства та отримання комерційного результату, що можливо лише при своєчасному і якісному виконанні всіх елементів етапу комерціалізації.

Метою даної роботи є дослідження проблем процесу комерціалізації технологічних інновацій на промислових підприємствах.

Перспективи розвитку підприємства та отримання прибутку учасниками інноваційного процесу залежать від результатів етапу комерціалізації технологічних інновацій. Однією з основних особливостей процесу комерціалізації інноваційних технологій є його індивідуальний характер та значний рівень невизначеності попиту на нововведення, що потребує особливої уваги до маркетингових досліджень та розробки плану просування нововведення на ринок.

Слід зазначити, що сьогодні промислові підприємства в Україні приділяють значну увагу технологічним інноваціям. Однак аналіз виявив деякі негативні аспекти динаміки показників інноваційної діяльності промислових підприємств за період 2000 – 2013 рр. Так частка промислових підприємств, що займалися впровадженням інновацій у 2013 р. склала 12,9%, що нижче рівня 2000 р. – 14,8%, знизилася частка нових видів машин та устаткування у виробництві інноваційної продукції до рівня 25,8%, а частка витрат на придбання нових технологій складає тільки 0,9%.

Серед проблем комерціалізації технологій, які характерні для українського ринку, слід відмітити:

- недостатній рівень інформаційного забезпечення процесу розробки;

- відсутність налагодженого механізму оцінки рівня завершення та доцільності впровадження нової технології;
- відсутність комплексної оцінки значущості нової технології для формування потенціалу інноваційного розвитку промислового підприємства;
- нерозуміння значення комплексного механізму просування інновацій на ринок;
- відсутність механізму взаємодії інвесторів та розробників нововведення;
- низький інноваційний потенціал промислових підприємств;
- недостатність персоналу відповідної кваліфікації;
- нерозвиненість інноваційної інфраструктури.

В процесі комерціалізації технології беруть участь декілька категорій учасників: розробники нової технології, інвестори або підприємства-споживачі, а також посередники.

Розробниками технологічних інновацій можуть виступати: винахідники, які фінансуються, за рахунок одноразових грантів та не мають постійних інвесторів; науково-дослідницькі інститути, фінансування яких відбувається за рахунок постійних прямих інвесторів та міжнародних грантів; малі підприємства, працівники яких самі створюють та впроваджують нову технологію, урахувавши особливості власного виробництва; винахідники-одиначки, які ініціативно вирішують конкретні технологічні задачі. Представники цієї групи продукують достатню кількість технічних розробок, але вони часто обмежені в фінансуванні.

Серед інвесторів слід виділити державні фонди та програми, які помітно впливають на розвиток науки; венчурні фонди і «бізнес-янголів», що здійснюють фінансову підтримку розробників, за умов володіння технічною розробкою; великі та середні підприємства, які фінансують розробку технологічної інновації з метою її використання на власному виробництві.

Останньою, і важливою категорією учасників, виступають саме посередники, що здійснюють пошук інвесторів і залучення коштів. Посередниками, в процесі впровадження технологій виступають консалтингові фірми, бізнес-інкубатори, центри комерціалізації технологій, які просувають розробки на ринок.

Сьогодні в Україні відсутні необхідні умови для комерціалізації технології у стислий період, відсутній механізм державної підтримки, характерною є обмеженість обсягів фінансування. Рішення задачі підвищення ефективності процесу комерціалізації нових технологій потребує комплексного підходу, який урахуватиме:

- створення єдиного інформаційного забезпечення процесу розробки нововведення на регіональному та національному рівнях;
- створення бірж інновацій для полегшення трансферу технологій;
- розробку механізму оцінки доцільності впровадження новітніх технологій;
- організація на базі ВНЗ курсів з підвищення ефективності комерціалізації нововведень;
- розробка механізму пільгового оподаткування інноваційно-орієнтованих підприємств.

Розвиток нових технічних та організаційно-технологічних рішень, удосконалення основних принципів управління оновленням техніко-технологічної бази підприємства створюють умови для забезпечення якісного покращення процесів відтворення на підприємствах і дають додатковий імпульс для економічного зростання промислових підприємств.

Література:

1. Наука та інновації в Україні 2013 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ОСНОВА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

С.А. Бондаренко, к.е.н.

Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України

Інноваційний розвиток промислового підприємства є результатом інноваційної діяльності, яку можна представити як сукупність інноваційних процесів, в основі чого лежать нововведення (інновації). Інноваційна діяльність передбачає пошук, спрямований на вдосконалення старих технологій або розробку нових. З одного боку, проходить процес оновлення технологій, що є процесом «творчого руйнування» старих стереотипів, а з іншого боку – технологічного розвитку характеризується кумулятивним ефектом.

У сучасній економічній науці прийнято не ототожнювати поняття нововведень та інновацій [1]. Для отримання очікуваного ефекту важливим є завершення інноваційної діяльності продовження дифузії інновацій. Установлено, що нововведення й інновації мають різні життєві цикли. Так, нововведення передбачають розроблення, проектування, виготовлення, використання, старіння; інновації – це зародження, дифузія, рутинізація. Таким чином, інновація – це кінцевий результат нововведень, спрямований на досягнення відповідного ефекту та створення нових або вдосконалених конкурентоспроможних товарів (послуг, технологій і т.д.), що задовольняють потреби споживачів, може охоплювати всі сфери діяльності підприємства і сприяє розвитку та підвищенню його ефективності [1].

Основні напрямки інноваційної діяльності конкретизують типи інновацій, які впроваджує підприємство.

У сучасному розумінні «інноваційний розвиток» трактується як парадигма економічного, соціально-політичного та іншого розвитку суспільства.

Взагалі, «розвиток – необоротні, спрямовані, закономірні зміни матеріальних та ідеальних об'єктів» [3].

Оборотність змін має місце в процесах функціонування (циклічного відтворення постійного набору функцій). Відсутність закономірності характерно, наприклад, для випадкових процесів катастрофічного типу, і має місце, наприклад, при послідовності рефлекторних управлінь (тобто безпосередніх (не передбачуваних) реакцій на зовнішні впливи). Управління ж неодмінно підпорядковане меті і носить закономірний характер.

При відсутності спрямованості, зміни не можуть накопичуватися, тоді процес втрачає цілісність. Отже, в управлінні підприємством важливим важелем є навчання (набір відповідних компетенцій), так як підпорядкованість меті (що породжує критерій ефективності діяльності) дає можливість накопичувати досвід і закріплювати позитивні зміни.

Можливості підприємств здійснювати інноваційну діяльність істотно розрізняються, оскільки вони залежать від кількісних та якісних характеристик інноваційного потенціалу підприємства, його відповідності обраному стратегічному напрямку інноваційного розвитку, перспектив реалізації інновацій в конкретних економічних умовах. Тому, одним із пріоритетних заходів, спрямованих на активізацію інноваційно-інвестиційної діяльності підприємств, є оцінка реальної спроможності, можливості та готовності підприємства до інвестування процесу реалізації інновацій.

Спроможність підприємства до інноваційного розвитку обумовлюється інноваційним потенціалом підприємства, тобто його здатністю реалізовувати інновації у межах обраного стратегічного напрямку розвитку. Можливість здійснювати інноваційну діяльність визначається потенційною спроможністю підприємства до інноваційного розвитку та сукупністю умов, що сприяють чи, навпаки, перешкоджають реалізації інновацій. Готовність підприємства до здійснення інноваційної діяльності визначається спроможністю до інноваційного розвитку і можливістю його реалізації, а також наявністю спонукального мотиву до реалізації інновацій, який може бути охарактеризований як сприйнятливості підприємства до інновацій [2].

Після того, як визначено бажаний напрямок інноваційного розвитку підприємства, необхідно проаналізувати, наскільки можливості інноваційного потенціалу підприємства

відповідають обраному стратегічному напрямку. Це дозволить оцінити спроможність підприємства до інноваційного розвитку, а також особливості його сприйнятливості до реалізації інновацій.

Готовність підприємства до інноваційного розвитку визначається різними факторами, основними з яких є характеристики організаційної структури, особистісно-психологічні характеристики членів колективу, характеристики зовнішнього оточення та внутрішньо організаційних зв'язків підприємства.

Аналіз спроможності, можливості й готовності підприємства до інноваційного розвитку повинен здійснюватися з урахуванням стратегічного напрямку діяльності підприємства, який визначається конкретними економічними обставинами, інвестиційними можливостями та цілями підприємства щодо окремих продуктів, ринків, конкурентів і т. ін.

Урахування ряду умов, що сприяють чи перешкоджають впровадженню інновацій (економічних, ресурсних, факторів державного регулювання, соціальних, ринкових, міжнародних тощо), та аналіз цих факторів дозволяє оцінити наявність умов, що визначають можливості підприємства в здійсненні інноваційної діяльності.

Література:

1. Ілляшенко С.М. Управління інноваційним розвитком промислових підприємств : монографія / С. М. Ілляшенко, О. А. Біловодська. – Суми : Університетська книга, 2010. – 281 с.
2. Сухарев О.С. Экономика технологического развития : монография / О.С. Сухарев. – М.: Финансы и статистика, 2008. – 480 с.
3. Янсен Ф. Эпоха инноваций / Ф. Янсен: Пер. с англ. – М.: Инфра–М, Инфра-М, 2002. – 308с.

АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ИНФОРМАТИЗАЦИИ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

И.Ю. Ивченко, к.э.н., доцент
Е.В.Бучка

Одесский национальный политехнический университет

Актуальность данной работы заключается в том, что на сегодняшний день, информация играет роль товара, и как следствие, увеличивается потребность в информатизации. Однако, далеко не все предприятия имеют такое преимущество, что влечет за собой неэффективную работу, убытки, и приводит к банкротству. Для того чтобы быть конкурентоспособными на рынке, предприятия используют информационные технологии как основной инструмент получения максимальной прибыли и преимуществ на рынке[1].

Различные аспекты проблем информатизации в предприятии освещены в работах И.А. Грузиной, Е.С. Пузановой и С.Л. Ивановой. Работы основываются на анализе влияния информационной среды на предприятие и основных ее функций. Освещены вопросы менеджмента на предприятиях. Информационное развитие украинского общества, трансформация отечественной экономики вследствие интенсификации процессов информатизации, характеризуется наращиванием новой информации, снижает степень неопределенности в процессе принятия управленческих решений и обеспечивает эффективное функционирование любой системы в рыночной среде [1, стр.8-9].

Информационные технологии позволяют существенно сократить время на проведение операций, действий по обеспечению деятельности предприятия, что позволяет сократить расходы и как следствие увеличить прибыль предприятия [2]. Стоит заметить, что информатизация предприятий может происходить в различных масштабах: начиная от покупки программного продукта вплоть до полного оснащения отдела, цеха и в целом предприятия. Необходимо отметить, что влияние информатизации на предприятие так же влечет за собой

изменения не только в сфере технического оснащения, но и в кадровой структуре, сфере управления.

Проводя оценку текущего уровня информатизации предприятий, выявлено отсутствие единой информационной системы, несовершенное использование программных средств. При наличии высококвалифицированных специалистов и отсутствии информатизации предприятий ухудшается их работоспособность, возрастают экономические риски. В результате возможна дестабилизация ситуации, что может привести к неконкурентоспособности как на внешнем, так и на внутреннем рынках. Соответственно, необходимо принять меры по улучшению или полной модернизации системы работы предприятий.

Важной проблемой, с которой сталкиваются на первом этапе – это отсутствие хорошей технической оснащенности, а также устаревших программных продуктов. Покупка уже имеющихся программных продуктов и их обслуживание на предприятии влечет за собой большие финансовые затраты.

Решением данной проблемы является разработка проекта информатизации. Команда управления проекта должна реализовать все необходимые мероприятия и учесть все нюансы при разработке проекта информатизации предприятия.

Проект можно разделить на основные составляющие: написание базы данных, написание пользовательского интерфейса с учетом специфики данного предприятия, который максимально упростит работу персонала, закупка оборудования, монтаж сети и обучение персонала. Для реализации данного плана возможны варианты привлечение инвесторов, заимствование заемного капитала, использование резервных фондов.

Реализация проекта даст ряд преимуществ, таких как: уменьшение документооборота, сократится время на обработку информации, увеличится надежность обработки данных, повысится эффективность работы, за счет обеспечения специалистов полной информации, которая будет поступать из единой базы данных, сократятся капитальные затраты.

Проект информатизации даст возможность идти в ногу со временем, улучшить свое положение на рынке и при возможности выйти на мировой уровень. Главная цель любого предприятия – повысить свою прибыль и сократить расходы.

Таким образом, информатизация предприятия – это многоаспектный, процесс, основой которого является использование информационных ресурсов и информационных технологий. Эффективность информатизации предприятия в значительной степени будет зависеть от взаимодействия и сотрудничества персонала со специалистами информационных служб [3]. Информатизация – это комплексный процесс, который может повысить планку положения предприятия и дать ему уникальность, которая поможет занять нишу на рынке и быть весомым конкурентом.

Так как мир не стоит на месте, информатизация в дальнейшем будет охватывать все новые и новые аспекты деятельности, расширять свои границы и оказывать существенное влияние на предприятие и экономику в целом. Информатизация также даст возможность создания много потоковых схем обработки и получения информации.

Литература:

1. Грузина И.А. Влияние информационной среды на деятельность современного предприятия. Режим доступа: <http://repository.hneu.edu.ua/jsui/bitstream/123456789/7834/1/Влияние%20информационной%20среды%20на%20деятельность%20современного%20предприятия.pdf> (Дата обращения: 7.04.2015).
2. Винарик Л. С. Информатизация в аспекте социальной трансформации общества: монография / Л.С. Винарик. – Донецк: ИЭП НАН Украины, 2004. – 272 с.
3. Барановская Т. П. «Информационные системы и технологии в экономике» Издательство: Финансы и статистика, М.: 2003 г.

ИННОВАЦИИ – ИНСТРУМЕНТ УВЕЛИЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

С.С. Свиридова, к.э.н., доцент
А.М. Ливенцова

Одесский национальный политехнический университет

Главной целью каждого предприятия является получения прибыли. Средствами достижения цели служит как интенсивное развитие всех элементов производственно-хозяйственной системы предприятия, так и их инновационное развитие. Первое обеспечивает постепенное наращивание потенциала и его сохранение, второе дает возможность значительно повысить его уровень, преодолеть накапливающийся технологический разрыв, приобрести новое качество потенциала.[1]

Следовательно, внедрение современных инновационных проектов является одним из средств повышения инвестиционного потенциала.

Вопросы обоснования направлений формирования ресурсов для инвестиционной деятельности, определения взаимодействия субъектов инновационно-инвестиционного процесса с потенциальными источниками инвестиционных ресурсов, выбор факторов развития инновационно-инвестиционного процесса требуют решения, что обуславливает актуальность.

Инновационно-инвестиционный процесс можно определить как процесс разработки, создания либо внедрения инновационного продукта посредством привлечения для этих целей инвестиционных ресурсов.

В данном процессе происходят одновременно и во взаимосвязи два процесса – инвестиционный и инновационный. Первичным является процесс зарождения инновационной идеи, разработки инновационного продукта, который в дальнейшем может быть произведен или внедрен в производство посредством реализации инвестиционного проекта, отражающего инвестиционные возможности на всех стадиях работы с инновационным продуктом.

Взаимосвязь инвестиционного и инновационного процессов представлена на рисунке 1.

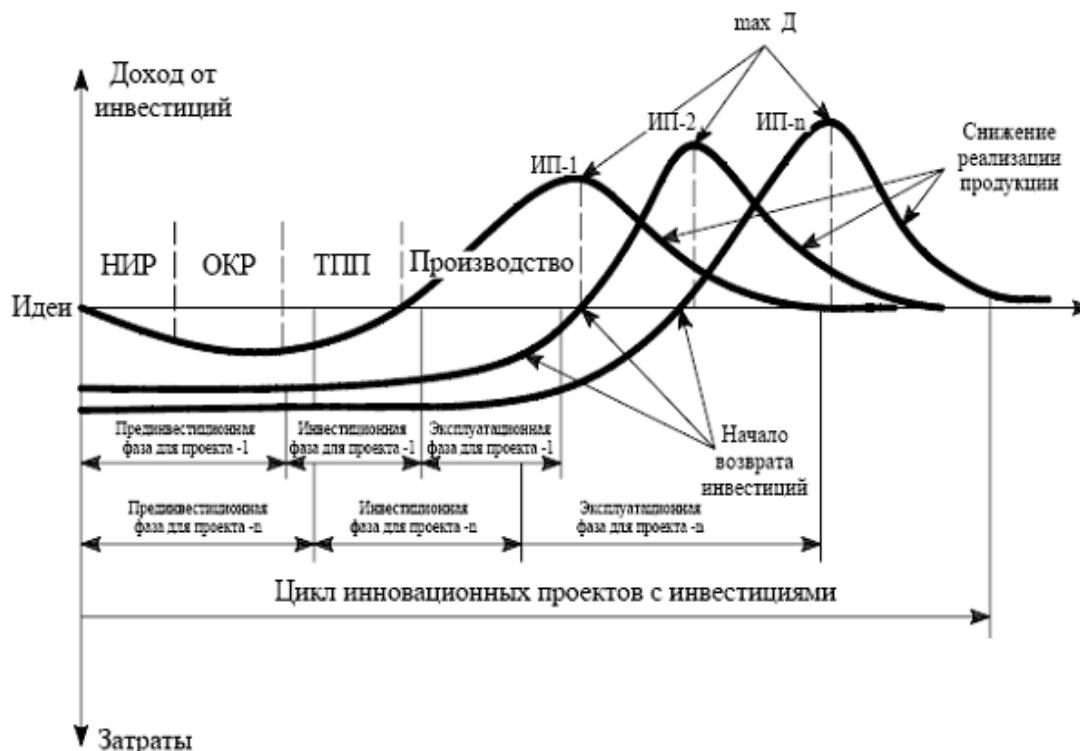


Рис. 1. Схема взаимосвязи инновационных проектов с инвестициями

Формирование инновационного проекта начинается с идеи и заканчивается сокращением объемов реализуемых инноваций по этапам: идея, прикладные научно-исследовательские работы (НИР), опытно-конструкторские работы (ОКР), технологическая подготовка производства (ТПП), производство, реализация, где $\max D$ – максимальный доход от реализации инновационных проектов ИП-1, ИП-2, ИП-n от 1 до n.

При этом инновационные идеи формируются одновременно с инвестиционными возможностями как на стадии предварительного, так и на стадии окончательного технико-экономического обоснования [2, с. 179].

Таким образом, инновационный и инвестиционный процессы тесно взаимосвязаны и образуют единый процесс, в котором осуществляется их взаимодействие – инновационно-инвестиционный процесс.

Для его осуществления необходимо наличие ресурсов, которые делятся на внешние (привлеченные, заемные и государственные) и внутренние (собственные средства, результат от осуществления деятельности).

Выделяют четыре сферы взаимодействия субъекта, внедряющего инвестиции и потенциального источника инвестиционных ресурсов.

Это взаимодействие происходит на уровне государства, финансово-кредитных учреждений и банковской системы, инвесторов – отечественных и иностранных, а также на уровне менеджмента отдельного предприятия. Взаимодействие с каждым источником осуществляется в соответствии с определенными принципами, характерными для данного направления.

Литература:

1. Ломакин А. Ю. Инновационный потенциал как основа стратегии развития предприятия / А. Ю. Ломакин // Проблемы и перспективы экономики и управления: материалы II междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, июнь 2013 г.). — СПб.: Реноме, 2013. — С. 111-114.
2. Семенова А.А. Инновационно-инвестиционный менеджмент : учебн. пособие / Семенова А.А., Марущак И.И., под редакцией М.И. Лещенко. – М.: МГИУ, 2007. – 249 с.

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

О.В. Станіславик, к.е.н., доцент

О.М. Коваленко, к.е.н., доцент

Одеський національний політехнічний університет

Незважаючи на наявність глибоко продуманих алгоритмів розробки нового продукту, кількість невдач при запуску новинок є досить високою. Особливо це стосується споживчих товарів. Приблизно 80 % нових споживчих товарів і 20 % нових послуг приречені на невдачу.

До основних причин невдач виведення нових товарів на ринок можна віднести: зростання витрат зі створення та просування нових товарів, жорсткість законів про охорону навколишнього середовища та захист прав споживачів, зменшення рентабельності нових продуктів, збільшення рівня сегментації ринків, глобалізація конкуренції та зростання пропозиції нових товарів, скорочення життєвого циклу товарів.

Аналіз причин провалу нових продуктів, дозволяє уникнути багатьох проблем або значно знизити можливі витрати. При цьому варто звернути увагу на те, що проблеми, через які нові продукти стають комерційно невдалими, можна розділити на зовнішні та внутрішні. Зовнішні охоплюють причини, виникнення яких залежить більшою мірою від сприйняття продукту кінцевими споживачами. Однак більшість причин неефективного запуску нових товарів є внутрішніми.

Розробка нового продукту – процес, потребуючий координації зусиль великої кількості учасників, конкретної програми реалізації проекту. Поверхневі дослідження ринку, помилки в

сегментуванні, відсутність чітких цілей або контролю за виконанням бюджету, використання ризикованих стратегій позиціонування закінчуються в основному провалом нових товарів на ринку.

Суттєвим фактором провалу нового товару є байдужність менеджерів, які вважають, що розробка новинок відволікає дефіцитні ресурси від існуючого основного асортименту підприємства.

Важливою проблемою є також орієнтація на короткостроковий прибуток. Якщо менеджери сконцентровані винятково на показниках поточного прибутку, новий товар, швидше за все, не буде виконаний у потрібній якості.

Сучасному промислового підприємству постійно потрібні нові ринкові пропозиції, а його менеджерам необхідні навички оцінки й реалізації нових ідей. Очевидно, що співробітники невеликих промислових фірм підтримують тісні зв'язки з кожним клієнтом, тому що розуміють, що їх успіх залежить від ступеня задоволення споживачів. Але в міру укрупнення фірми її зв'язки зі споживачами слабшають, вищі менеджери не мають регулярних контактів з покупцями і працівниками нижчих ланок. Організаційна структура зростаючої компанії все більше ускладнюється та визначає пріоритетність питань внутрішнього адміністрування, що неминуче призводить до ослаблення уваги до проблем клієнтів.

Крупні промислові компанії мають високий рівень функціональної спеціалізації і звичайно територіально роз'єднані. Працівники відділів збуту, виробництва, закупівель, досліджень і розробок підкоряються різним менеджерам. Кожна служба, кожний відділ переслідують не тільки загальнокорпоративні, але й свої власні цілі, розвивають власну культуру відносин. Таким чином, суттєвою проблемою компанії є обмін інформацією, спілкування між функціональними відділами, визначення пріоритетів і напрямків їхньої діяльності.

Робота над новим проектом починається з відділу досліджень, що висуває перспективну ідею. Дослідження займають кілька місяців, після чого розробляється технічна складова продукту. Коли стадія конструювання завершена, проект відправляється у виробничий підрозділ. На кожному з цих етапів можливі зволікання, пов'язані з непогодженістю дій відділів і всілякими затримками. Переважно проблеми координації між підрозділами виникають через відсутність єдиного центру адміністрування й прийняття рішень, інтегрованого в усі процеси розробки нового продукту. Саме тому з'являється величезний слабо керований і погано структурований потік вхідної й вихідної інформації, що призводить до неякісного виконання того або іншого процесу.

Важливою проблемою, що виникає у зв'язку з наявністю всіх перерахованих складностей, є тривалі, неконкурентоспроможні терміни випуску нового продукту, що в сучасних конкурентних умовах є неприпустимим.

Всі зазначені і багато інших проблем при розробці нового продукту можуть призвести до того, що підприємство або випустить неконкурентоспроможний продукт, або зовсім не зможе випустити його.

Ключовим завданням менеджерів підприємства є створення таких умов, які б забезпечили інноваційність його діяльності в процесі управління асортиментним портфелем, знизили ризик випуску неякісного або незатребуваного ринком продукту, зменшили терміни розробки нового продукту.

Слід відзначити, що завдання з розробки нового продукту компанія може вирішити використовуючи принципи і інструменти логістики. З огляду на окреслені проблеми і можливості логістики, можна сформулювати основні положення, які висвітлюють роль логістики в процесі створення нового продукту:

1. Висуваючи вимоги до системи організації процесу створення продукту, логістика в підсумку покликана забезпечувати передбачуваний і стабільний рівень якості, скорочуючи при цьому час розробки новинки.

2. Логістика в центр уваги ставить вибір механізму координації процесу розробки. Даний підхід, встановлюючи чітку зону відповідальності і мотивацію менеджерів, нівелює їх байдужість, дозволяючи уникнути ризику дискоординації міжфункціональних відносин і практики перекладання відповідальності при невиконанні того або іншого завдання.

3. Логістика настроює всю систему на визначення і досягнення кінцевого результату інноваційної діяльності, використовуючи механізми наукового обґрунтування затребуваності цього результату ринком, тим самим знижуючи ризик провалу новинки до мінімуму.

4. Використання існуючого логістичного інструментарію забезпечує можливість оптимізувати показники матеріального та інформаційного потоків процесу створення нового продукту.

5. Логістика забезпечує спадкоємність досвіду і знань при розробці нового продукту. Наявність переданої історії дозволяє менеджерам більш обґрунтовано підходити до операцій зі створення нових продуктів.

В підсумку відзначимо, що ключовим завданням менеджерів підприємства є створення умов, що забезпечують інноваційність його діяльності в процесі управління асортиментним портфелем, знижують ризик випуску неякісного або незатребуваного ринком продукту та зменшують терміни розробки нового продукту. Роль логістики у створенні нового продукту є дуже важливою, оскільки впровадження логістичного підходу в інноваційну діяльність підприємства дозволяє значно поліпшити показники матеріального і інформаційного потоків та їх координацію на міжфункціональному рівні.

Література:

1. Буренніков Ю.Ю. Управління інноваційною діяльністю промислових підприємств (на прикладі машинобудування): автореф. дис.... канд. екон. наук: 08.00.04 / Ю.Ю. Буренніков. – Хмельницький, 2009. – 23 с.

ПЕРСПЕКТИВИ СТАНОВЛЕННЯ Ф'ЮЧЕРСНОГО РИНКУ В УКРАЇНІ

А.А. Дискіна, к. е. н.

Я.В. Богаченко

Одеський національний політехнічний університет

На сучасному етапі глобалізації, тема розвитку ф'ючерсного ринку в Україні має велике значення. Так як, розвиток цього ринку є одним з потенціальних шляхів здобутку інвестицій для агропромислового комплексу та сировинного видобутку. Також удосконалення механізмів ринку дасть змогу привабити іноземних інвесторів з їх капіталами.

Ф'ючерсні угоди є основним механізмом хеджування та керування ризиками в зарубіжних країнах. Тому функціонування ф'ючерсного ринку є необхідним для стабілізації економічної діяльності, більш всього – аграрного та металургійного секторів.

Основною метою ф'ючерсних торгів є не реалізація товару, головне її призначення полягає у нейтралізації (страхуванні) цінових ризиків. Ф'ючерсний ринок надає можливість прогнозувати ринкові коливання. Ф'ючерсні угоди укладаються лише на біржах. Сторонами виступають не продавець і покупець контракту, а продавець (покупець) і біржа або її розрахункова (клірингова) палата. Вона виплачує стороні, яка виграла і відповідно отримує від сторони, яка програла, різницю між вартістю контракту в день його укладення і вартістю контракту на момент його виконання. [1]

В Україні існує розвинений агропромисловий комплекс, для якого є сенс використовувати ф'ючерсний торговельний ринок. Так як на ф'ючерсних біржах досягається максимальна стандартизація якості товару та основних умов контракту, встановлюється базова якість товару. Якість та ціна цього сорту беруться за основу, причому, якщо при операціях з реальним товаром стандартизуються різні сорти, при ф'ючерсних основним є те, щоб кількість сортів або марок товару, дозволених до поставки (базис контракту), була достатньою для запобігання можливим маніпуляціям з цінами. Що в свою чергу помірно регулює сировинне ціноутворення і є ефективним для нашої економіки.

Ф'ючерсні контракти мають багато вроджених переваг порівняно з торгівлею акціями:

- висока ліквідність;
- низька комісія та вартість виконання;

- підходять для диверсифікації та хеджування;
- більш ефективні та справедливі умови;
- «паперові» угоди, тобто транзакції відбуваються виключно для отримання спекулятивного прибутку.[2]

Тим не менш, високі позикові позиції і великі розміри за контрактом роблять інвестора уразливими до великих втрат від невеликих рухів на ринку. Таким чином, слід виробити стратегію і зробити належні підготовчі процеси до початку торгівлі ф'ючерсами.

В даний момент Україна може використовувати досвід біржової діяльності міжнародної ф'ючерсної торгівлі. Проблема постає в тому, що українські виробники оперують дуже малими коштами у порівнянні з їхніми західними колегами. Також на міжнародних ф'ючерсних ринках не існують такі види угод, які притаманні нашому ринку і потребуються вітчизняними підприємцями. Активній роботі на ринку термінових контрактів перешкоджає відсутність обґрунтованої законодавчої бази, яка відповідала б реальній економічній ситуації в Україні та загальноприйнятим у світовій практиці поняттям і регулятивним механізмам, що діють на ринку деривативів, - починаючи від самого тлумачення ф'ючерсного контракту до вирішення проблем мита й оподаткування. Також досі не вирішена питання бухгалтерського обліку операцій із ф'ючерсними контрактами та іншими похідними фінансовими інструментами.[3]

В даний час в Україні розробляються ф'ючерсні контракти на продукцію нафтового профілю, кольорових металів, зерна та інших біржових товарів, а також на валюту. Українські біржі освоюють механізм ф'ючерсної торгівлі і створюють необхідні передумови для майбутнього розвитку ф'ючерсного ринку.

Отже, первинний процес утворення діючого та ефективного ф'ючерсного ринку можливо і завершений. Але в порівнянні з міжнародним розвитком, розвиток українського сектору дуже скромний і зорієнтований на олігополістів. В перспективі, за умови прийняття законопроектів по процедурі та функціонуванню приватних або державних бірж, ми можемо сподіватися на покращення показників обороту коштів та їх суми.

Література:

1. Advantages: tradingfuturesover [Electronic resource]. – Access mode:<http://www.investopedia.com/articles/active-trading/032515/advantages-trading-futures-over-stocks.asp>
2. Ф'ючерси та загальні характеристики ф'ючерсних контрактів[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://finansystem.ru/uk/content/fyuchers-ta-zagalni-harakteristiki-fyuchersnih-kontraktiv>
3. Influence of the World Futures Markets of Corn upon the Prices in Ukraine [Електроннийресурс]. – Режимдоступа:http://econpapers.repec.org/article/idpbizinf/y_3a2013_3ai_3a12_3ap_3a164_5f171.htm

СТАН ТА ПРОБЛЕМИ ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ В УКРАЇНУ

А.А. Дискіна, к.е.н.
К.А. Баленкова

Одеський національний політехнічний університет

Сформована нині в Україні економічна ситуація значно ускладнює інвестиційну діяльність: потрібно розробка адекватного ринковим відносинам інвестиційного механізму, органічно поєднує форми приватного і державного інвестування, оптимізації взаємозв'язків різних суб'єктів інвестиційної діяльності, розробки відповідної законодавчо-нормативної бази та інші заходи, які регламентують інвестиційний процес, як на рівні окремої фірми, компанії або галузі, так і на рівні національної економіки в цілому.

Проблемою стимулювання інвестування займалися такі економісти як С.В.Козловській, Ю.В.Герасіменко, О.О.Балануца, С.О. Шосталь, та інші [4].

Пріоритетними напрямками для залучення і підтримки стратегічних інвесторів можуть бути визначені ті, де Україна має традиційні виробництва, володіє необхідним ресурсним потенціалом і формує значну потребу ринку у відповідній продукції, а саме: виробництво легкових і вантажних автомобілів; тракторів і комбайнобудування; авіа- і ракетобудування; суднобудування; замкнутий цикл виробництва палива для АЕС; розвиток енергогенеруючих потужностей; нафтогазодобуток на Чорноморському шельфі; впровадження ресурсо- та енергозберігаючих технологій; переробка сільгосппродукції; транспортна інфраструктура [1].

В інвестиціях потребують практично всі галузі економіки: металургія, машинобудування, транспорт, хімія і нафтехімія. Капітальні інвестиції в 2014 році скоротилися в Україні на 24,1%, тоді як роком раніше їх падіння становило 7,9%. При цьому за звітний період капітальні інвестиції збільшилися лише в двох областях, свідчать дані Державної служби статистики. У галузевому розрізі найбільше падіння капітальних інвестицій в минулому році відбулося в сфері спорту і розваг - на 68,2%, охорони здоров'я - на 56,1%, держуправління і оборони - на 42,2%, освіти - на 35,1%, транспорту та складського господарства - на 27,8%, оптової та роздрібною торгівлі - на 26,1%, промисловості - на 25,7%[3].

Зростання зафіксоване лише на водному транспорті - на 69,5%, в послугах тимчасового розміщення - на 35,3% і в діяльності у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування - 3%.

Обсяг прямих іноземних інвестицій в економіку України (акціонерний капітал не резидентів) на 1 січня 2015 склав \$ 45916 млрд, що на \$ 11140 млрд, або на 19,5% менше показника на початок року в \$ 57056 млрд. (табл. 1)[2].

Іноземні інвестиції на 1 січня 2015 скоротилися на 20%. Основними інвесторами є резиденти України, 78,3% (юр.особи) і 3,6% (фіз.особи), а не резиденти складають всього 18,1%[3].

Таблиця 1 – Прямі інвестиції (акціонерний капітал) * (млн.дол США)

Станом на 01.01	Прямі іноземні інвестиції	Прямі інвестиції в Україну
2010	39 175,7	6 204,0
2011	43 836,8	6 846,3
2012	48 991,4	6 878,9
2013	53 679,3	6 462,6
2014	57 056,4	6 597,4
31.12.2014	45 916,0	6 352,2

* Без урахування території Автономної Республіки Крим та м.Севастополя

Для України необхідність залучення іноземних інвестицій обумовлена низкою причин, а саме:

- відсутністю поповнення обмежених внутрішніх заощаджень та сприяння фінансуванню на мікро-рівні, мезоуровні і макрорівні;
- недостатнім обміном виробничим досвідом, виробничими та управлінськими технологіями, патентами, ліцензіями, ноу-хау;
- прагненням доступу українських підприємств за участю іноземного капіталу на зовнішні ринки;
- перевагою прямих іноземних інвестицій порівняно з портфельними інвестиціями та міжнародними кредитами, у більш стабільному і прогнозованому характері інвестування.

У той же час проникнення в національну економіку іноземного капіталу, на нашу думку, може призвести неоднозначні наслідки, створюючи ряд загроз національній економічній безпеці. У переважній більшості випадків ці погрози не є навмисними, а впливають з реалізації основної цільової функції іноземного інвестування – забезпечення максимальної прибутковості використання активів. Для української економіки, на нашу думку, головними недоліками залучення іноземного капіталу можуть бути витіснення з ринку внутрішніх

виробників і постачальників, збільшення залежності країни від іноземного капіталу, підвищення рівня конкуренції на ринку, жорстка експлуатація місцевих сировинних ресурсів тощо.

Література:

1. http://www.freedar.ru/finance/referaty_i_po_investiciyam/6211-investicionnaya_deyatelnostj_v_ukraine.html
2. <http://finmaidan.com/ru/news/obem-pryamyh-inostrannyh-investiciy-v-ukrainu-sokratilsya-na-20.html>
3. http://ukrstat.org/uk/operativ/oper_new.html
4. <https://inventure.com.ua/analytics/formula/venchurnye-fondy-v-ukraine-vnutrikorporativnaya-optimizaciya-ili-vysokotehnologicheskij-proryv>

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ АВТОТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ

О.О.Барабаш, к. е. н., с.н.с.
М.В. Богаченко

Одеський національний політехнічний університет

Підприємства автомобільного транспорту здійснюють діяльність, яка спрямована на задоволення потреб, виражених у формі попиту на перевезення вантажів або пасажирів, а також інші операції, пов'язані з підготовкою і здійсненням перевізного процесу. Проблема полягає в найефективнішому використанні наявних та можливих ресурсів підприємства.

У вітчизняній економічній літературі термін «потенціал підприємства» трактується як можливість, сили, запаси та засоби, які можуть бути використані, або як рівень потужності у будь-якому відношенні, сукупність засобів, необхідних для будь-чого[1, с.8].

Під потенціалом автотранспортного підприємства доцільно розуміти граничний об'єм наданих послуг при максимальному використанні існуючих ресурсів підприємства[2]. Елементи потенціалу АТП формуються для вирішення конкретної мети, їх структура може істотно змінюватися в результаті прийняття відповідного управлінського рішення щодо збереженості збалансованості використання ресурсів цих підприємств.

Потенціал розмежовують за об'єктними та суб'єктними складовими [3]. Об'єктні складові пов'язані з матеріально-речовинною та особовою формою потенціалу підприємства. Вони споживаються й відтворюються в тій чи іншій формі в процесі функціонування. До них належить: інноваційний потенціал, виробничий потенціал, фінансовий потенціал та потенціал відтворення.

Інноваційний потенціал АТП реалізується через впровадження нових технологій. Наприклад, перехід на екологічні види палива, використання сучасних транспортних засобів з більшою місткістю, які при використанні потребують меншого обсягу паливно-мастильних матеріалів. Це дозволяє максимально використовувати рухомий склад, збільшувати обсяги перевезень, скорочує експлуатаційні затрати, а також забезпечує високу якість транспортних перевезень, безпечно та комфортно перевезення пасажирів.

Виробничий потенціал повинен забезпечувати розвиток та здійснення виробничої діяльності, що забезпечує ефективне використання виробничої потужності АТП. Тобто, це забезпечується оптимальним співвідношенням між матеріально-технічними, трудовими, енергетичними, інформаційними та фінансовими ресурсами з метою досягнення максимальних виробничих результатів [4]. Виробничий потенціал АТП включає основні та оборотні фонди, матеріальні ресурси, промислово-виробничий персонал, техніко-технологічну базу підприємства тощо.

Фінансовий потенціал реалізується шляхом залучення та використання інвестиційних ресурсів для підвищення конкурентних переваг і забезпечення прогресивних перетворень на АТП.

Під потенціалом відтворення слід розуміти сукупність ресурсів капіталу, які направлені на постійне вдосконалення рухомого складу за рахунок нагромаджень амортизаційного фонду, а також внутрішніх джерел формування фінансових коштів.

Суб'єктні складові потенціалу не споживаються, а виступають як загальноекономічний соціальний чинник раціонального використання об'єктних складових.

На автотранспортних підприємствах суб'єктна складова потенціалу проявляється у здібностях апарату управління оптимально використовувати наявні потенціали ресурсів. Управлінський потенціал повинен здійснювати раціональну організацію виробництва, надання послуг, використовуючи прогресивні методи управління персоналу з максимально ефективним використанням матеріально-технічної бази та технології, які є наявними на даному АТП.

Отже, для автотранспортного підприємства потенціалом є максимальний обсяг перевезень (вантажів або пасажирів), вантажообіг, пасажирообіг та надання інших послуг при найефективнішому використанні рухомого складу та інших наявних ресурсів АТП.

Література:

1. Касьянова Н. В. Потенціал підприємства: формування та використання. 2-ге вид. перероб. та доп. [текст] : підручник / Н. В. Касьянова, Д. В. Солоха, В. В. Морєва, О. В. Белякова, О. Б. Балакай - К. : «Центр учбової літератури», 2013. - 248 с.
2. Пузирьова П. В. Особливості формування потенціалу автотранспортних підприємств, що здійснюють вантажні перевезення / П. В. Пузирьова // Ефективна економіка. – 2013. – №2.
3. Щербакова Н. А. Потенциал автотранспортного предприятия как имманентный признак его ресурсов / Н. А. Щербакова // Весник ХНАДУ. – 2010. - № 49.
4. Толстова А. В., Борох Ю. О. Теоретичні основи оцінювання виробничого потенціалу транспортних підприємств / А. В. Толстова, Ю. О. Борох // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2014. - №45.

ОСОБЛИВІСТЬ ІННОВАЦІЙНОГО МАРКЕТИНГУ

О.О. Барабаш, к.е.н., с.н.с.
К.В. Лисицька

Одеський національний політехнічний університет

На сьогодні маркетинг є однією з основних філософій ведення бізнесу, що дозволяє підприємствам вижити, активно розвиватися й конкурувати на ринку. Маркетинг створює умови, які сприяють пристосуванню підприємства до ринкової ситуації, тобто вивільняє ініціативу знизу, стимулює свідоме застосування ризику. Від розвитку маркетингу виграє і споживач, завдяки зменшенню ризику від придбання товарів, гнучкому ціноутворенню, розширенню асортименту товарів і послуг, поліпшенню якості обслуговування [2, с.70].

Практика свідчить, що майже всі підприємства, які успішно розвиваються на ринку, своїм успіхом зобов'язані саме інноваціям. Регулярне впровадження у виробництво і просування на ринку нових товарів, які забезпечують більший ступінь задоволення споживачів, ніж традиційні, здатні забезпечити й підтримувати постійну, незгасаючу зацікавленість до товаровиробника – інноватора. Тому одним з найбільш ефективних напрямків забезпечення підвищення ефективності промислового виробництва є пошук таких умов його функціонування, які б сприяли розвитку інноваційної діяльності, спрямованої на розробку і використання результатів наукових досліджень, котрі надають можливість забезпечити потреби ринку, здійснити відновлення основних виробничих фондів, удосконалити технології, організацію й управління виробництвом.

Одну з провідних ролей у забезпеченні успіху ринкової діяльності підприємства, яке займається інноваційною діяльністю відіграє маркетинг. Ця роль полягає в орієнтації

виробництва і збуту на більш повне, ніж у конкурентів, задоволення наявних потреб споживачів за допомогою різного роду інноваційних перетворень, у формуванні та стимулюванні попиту на принципово нові інноваційні продукти, які призначені для задоволення потреб споживачів. Для підвищення конкурентоспроможності підприємства необхідно дотримуватися двох напрямків у діяльності – розробляти та впроваджувати інновації і реалізовувати комплекс маркетингу, а саме товар, ціну, розподіл та просування. За допомогою реалізації засад маркетингу підприємства можуть виробляти не просто нові й технологічно вдосконалені продукцію та послуги, але й необхідні споживачам [3, с.183].

Інноваційний маркетинг перш за все стосується товарів нових відносно наявних на ринку, а також принципово нових. Створення принципово нових товарів як інновація несе в собі великий ризик. Появі одного товару, що має комерційний успіх на ринку, передують розробка 80-100 ідей нових товарів. Створені товари-новинки теж можуть зазнати невдачі. Статистика свідчить, що 40 % товарів широкого вжитку та 20 % товарів промислового призначення зазнають поразки [4, с.208].

Отже, інноваційний маркетинг – діяльність на ринку нововведень, що спрямована на формування або виявлення попиту з метою максимального задоволення запитів і потреб та ґрунтується на використанні нових ідей щодо товарів, послуг і технологій, які найбільше сприяють досягненню цілей організації та окремих виконавців. Завдяки використанню інновацій досягаються конкурентні переваги на ринку.

Маркетинговий підхід при здійсненні інноваційної діяльності у виробничій сфері охоплює етапи: 1) виявлення незадоволених потреб; 2) генерування та вибір науково-технічних ідей; 3) розроблення задуму; 4) формування стратегії маркетингу; 5) аналіз можливостей виробництва та збуту; 6) виконання НДДКР; 7) виготовлення дослідного зразка; 8) тестування інновації; 9) розгортання серійного (масового) виробництва. Деякі етапи маркетингової діяльності з метою скорочення фінансових витрат та тривалості інноваційного процесу можуть об'єднуватися або здійснюватися паралельно.

Інноваційні підходи необхідно закласти в основу циклічного процесу управління якістю, який повинен починатися з маркетингу та закінчуватися ним. До основних напрямів управління якістю у сфері виробництва в системі маркетингу належать: 1) маркетинговий пошук та дослідження ринку; 2) розроблення та освоєння товару; 3) матеріально-технічне забезпечення; 4) розроблення та підготовка виробничих процесів; 5) виробництво продукції; 6) контроль, здійснення випробувань та обстежень; 7) упакування, зберігання; 8) реалізація та розподіл товару; 9) монтаж та експлуатація; 10) технічна допомога та обслуговування; 11) утилізація відходів.

Інноваційний маркетинг повинен бути провідним сьогодні, що допоможе українським підприємствам здійснити різкий прорив у своїй діяльності і перейти на якісно новий рівень розвитку. Це дозволить вітчизняним підприємствам вийти з тієї кризи, у якій вони перебувають нині, а за допомогою інноваційних розробок зайняти лідерські позиції на ринку та досягнути певного рівня конкурентоспроможності.

Література:

1. Економіка підприємства: підручник / за заг. ред. Л.Г. Мельника. – Суми: Університетська книга, 2004. – 648 с.
2. Котлер Ф. Маркетинг менеджмента / Ф. Котлер. – СПб.: Питер Ком, 1998. – С. 68-75.
3. Маркетингова діяльність промислових підприємств та тенденції її розвитку. Теорія і практика маркетингу в Україні : монографія / Павленко А.Ф., Вовчак А.В., Кардаш В.Я., та ін. – К. : КНЕУ, 2005. – С.183-210.
4. Телетов О.С. Маркетинговий аспект в інноваційній діяльності виробників промислової продукції / О.С. Телетов. – Луганськ: Вид-во Східноукр. нац. ун-ту, 2002. – С.208-215.

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ В РЕГІОНІ

Н.В. Захарченко, к.е.н.

Одеський національний університет імені І.І. Мечникова

У господарській діяльності порівняно недавно з'явився новий елемент продуктивних факторів у вигляді інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ). Інформація в сукупності з ІКТ і знаннями стає одним з найважливіших факторів успішного функціонування будь-якої економічної системи, впливаючи на розвиток сучасних форм вітчизняного й міжнародного бізнесу й модернізацію старих форм бізнесу.

У зв'язку із впровадженням електронної комерції й електронного бізнесу в практику фірм, корпорацій і банків відбулися зміни в характері проведення комерційних і фінансових транзакцій, взаємин з партнерами й клієнтами, розробки й впровадження ділових стратегій та ін. Усі ці нові явища говорять про необхідність дослідження такої складної, багатопланової й недостатньо дослідженої області, як виявлення ролі ІКТ у розвитку вітчизняного бізнесу у виробничій діяльності, сферах послуг, торгівлі, фінансів.

Під впливом ІКТ усі області бізнесу видозмінюються, модифікуються, адаптуються до нових явищ і відносин у діловому навколишньому середовищі. ІКТ у значній мірі змінюють характер економічної взаємодії розосереджених економічних одиниць.

Розвиток і широке застосування й використання інформаційно-комунікаційних технологій усіма верствами суспільства є глобальною тенденцією світового розвитку. У цій обстановці очевидно, що Україна не може перебувати осторонь від бурхливого розвитку телекомунікацій і побудови глобального інформаційного суспільства. Разом з тим внесок телекомунікацій у ВВП України становить лише 1%, що багаторазово уступає відповідному показнику найбільш розвинених країн (5% і більше). Сьогодні інформаційні технології перестають бути просто допоміжним ресурсом для підтримки бізнесу, - вони перетворюються в його рушійну силу.

Якщо частка товарів і послуг, пов'язаних з інформаційними й комунікаційними технологіями, у загальному обсязі випуску підприємства становить не менше 50%, то підприємство відноситься до ІКТ-сектору. Галузями, відповідно до міжнародної класифікації (ISIC), включені в сектор ІКТ є промисловість і сфера послуг[2].

У результаті розвитку ІКТ і інформаційної економіки з'явилися нові фірми й нові види бізнесу, нові ділові концепції й нові організаційні стратегії, виникли зміни в моделі торгівлі (інтернет-магазини, інтернет-аукціони, інтернет-майданчики) і конкуренції. Відбулося розширення функцій банків у зв'язку з розвитком електронної комерції й електронних грошей. З'явилися нові фінансові системи в Інтернет: інтернет-банкінг (надання банківських послуг через Інтернет), інтернет-трейдинг (послуги з оперування на валютному й фондовому ринках через Інтернет), інтернет-страхування (надання послуг страхування через Інтернет). Сьогодні банківські послуги через Інтернет є найбільш динамічним сегментом електронної комерції.

Фактично електронна комерція є інструментом реалізації процесу глобалізації, а отже, засобом ведення бізнесу в глобальному масштабі. За допомогою Інтернет дрібні й середні постачальники можуть займатися будь-яким бізнесом, а замовники одержують реальну можливість вибрати постачальників. Електронна комерція розширює бізнес-простір і змінює організаційні принципи функціонування не тільки фінансів, але й торгівлі.

Використання ІКТ має вирішальне значення для підвищення рівня життя громадян і конкурентоспроможності національної економіки, розширення можливостей її інтеграції у світову економічну систему, росту ефективності державного керування й місцевого самоврядування.

Таким чином, людство в цей час переживає перехід до інформаційної епохи, основною рисою якої стають мережі, що зв'язують між собою людей, інститути й держави, у зв'язку із чим підсилюється інтеграція, як людей, так і різних процесів, де все залежить від швидкості відповіді на запити глобального ринку й адаптивності [1].

Для України випереджальний розвиток галузі ІКТ є особливо важливим, тому що дозволяє внести значний вклад у подвоєння валового внутрішнього продукту, сприяє ліквідації

сировинної залежності української економіки й успішної реалізації здійснюваної в країні програми реформ у соціальній сфері й в області державного управління.

На думку ряду фахівців, структура видатків відображає недосконалість технологічної політики, що проводиться на рівні міністерств і відомств. Більш 65 % коштів витрачається на апаратне забезпечення, і тільки 35 % - на програмне забезпечення й послуги, включаючи впровадження прикладних систем, технічну підтримку й навчання користувачів [3].

Збільшення частки послуг відбувається й через зростаючу складність ІКТ -систем, що вимагає більших зусиль і витрат на установку, розвиток і обслуговування, а також унікальні технічні навички персоналу. Тенденція до залучення сторонніх організацій для виконання функцій, пов'язаних з ІКТ, також вносить свій певний внесок у випереджальне зростання сегмента послуг. Інвестування в ІКТ може значно скоротити розмір втрат у людський капітал.

Використані методики й показники для оцінки ефективності інвестиційних програм і проектів не повною мірою враховують стратегічні аспекти розвитку ІКТ. Як показали дослідження автора, через відсутність грамотного бізнес-аналізу вибір ІКТ-системи, необхідної для підприємства, у цей час утруднений. Тому одним із важливих завдань є проведення досліджень, що забезпечують науку й практику необхідними результатами.

Література:

1. Заблудська І.В. Регіональні ресурси: теорія та практика використання : монографія /І.В. Заблудська, Є.М. Ахромкін та ін. – Луганськ: вид-во «Ноулідж», 2010. – 355 с.
2. Регіональні інноваційні системи України: стан формування та розвитку в умовах інтеграційних процесів : монографія /за ред. Л.І. Федулової ; НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогноз. НАН України». – К., 2013. – 724 с.
3. Стратегічні вектори регіональних трансформаційних зрушень: монографія /Т.П. Галушкіна, В.Є. Реутов, Л.М. Качаровська; за наук.ред. Т.П. Галушкіної. – Сімферополь: ПП «Підприємство Фенікс», 2009. – 320 с.

ДО ПИТАННЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА

Г.І. Задорожко, к.е.н.
Н.Ю. Герун

Одеський національний політехнічний університет, м. Одеса

Ефективність є однією з особливих категорій, яка безпосередньо пов'язана з досягненням остаточного результату розвитку підприємства.

Сучасний етап розвитку ринкових відносин в Україні вимагає від підприємств активних дій з підвищенням ефективності її діяльності. Проблема ефективності виробництва завжди посідала важливе місце серед актуальних проблем економічної науки. Лише висока ефективність може забезпечити конкурентоспроможність підприємства, а внаслідок цього – його благополуччя та комерційний успіх.

Економічна ситуація сьогодні диктує необхідність пошуку нових шляхів підвищення ефективності діяльності підприємств, аналізу причин і факторів, що створюють їхній розвиток.

Дослідження проблеми.

З початком розвитку економічної науки проблема ефективної діяльності підприємства вийшла на перший план і залишається актуальною сьогодні. Оцінка ефективності виробничої діяльності, управлінські рішення витрат економічних ресурсів, а також конкретні технології та засоби забезпечення і підвищення ефективності діяльності підприємства становлять особливий інтерес як вчених, так і для економістів – практиків.

Ефективність підприємства залежить від багатьох факторів: попиту на продукцію, що випускається, її конкурентоспроможність, технічного рівня виробництва, його відповідності сучасним вимогам класифікації виробничого і управлінського персоналу.

Як економічна категорія, ефективність має багато різновидів: економічна, соціальна, технічна та інші види. Процес вимірювання очікуваного чи досягнутого рівня ефективності діяльності підприємства пов'язаний із визначенням можливого критерію і формуванням відповідної системи показників.

Система показників оцінки ефективної діяльності підприємств включає кілька груп показників:

- ефективності використання праці;
- ефективності використання виробничих фондів;
- ефективності використання праці;
- ефективності використання матеріальних ресурсів;
- ефективності використання фінансових коштів.

Основними факторами підвищення ефективності діяльності підприємства є: прискорення науково-технічного прогресу, підвищення технічного рівня виробництва, інноваційна політика, структурна перебудова економіки, вдосконалення управління, організація виробництва і праці, зміна структури виробництва, поліпшення якості природних ресурсів. Серед основних шляхів підвищення ефективності діяльності підприємства можна виділити три напрямки: ресурсний, технічний, організаційний.

У межах ресурсного виділяють напрямки підвищення ефективності використання основних засобів, оборотних коштів та трудових ресурсів. До інтенсивних напрямків підвищення ефективності використання основних засобів відносять механізацію та автоматизацію виробництва, технічне переозброєння та модернізацію, удосконалення технологічних процесів і скорочення тривалості операційного циклу виробництва, підвищення кваліфікаційного рівня промислово-виробничого персоналу. До екстенсивних напрямків підвищення ефективності використання основних засобів відносять наступні:

- скорочення простоїв обладнання;
- збільшення кількості машинно-змін роботи обладнання;
- введення додаткового обладнання.

Щодо ефективності використання другої групи ресурсів, конкретними шляхами підвищення ефективності їх використання є: обґрунтування встановлених нормативів праці, встановлених прямих постійних зв'язків і використання відходів у виробництві, уніфікація шляхом вироблення продукції, інтенсифікація виробничих процесів, прискорення обробки партій.

За третім напрямком здійснюється пошук нових можливостей ввирішення тих процесів, що відбуваються на підприємстві. При цьому, також, необхідно звернути увагу на ефективність управління.

Важливою складовою ефективності підприємства, резервом її підвищення є оптимізація виробничого процесу. У конкретних умовах підприємства слід проаналізувати всі аспекти, що визначають ефективність організації робіт – від рівня робочого місця окремого робітника до рівня підприємства в цілому.

Проблема визначення ефективності діяльності підприємства та визначення шляхів її підвищення є складною і такою, що формалізується. Адже будь яке підприємство – це складна система, яку важко спростити, не втративши при цьому її суттєвих характеристик. Для вирішення проблем пов'язаних з підвищенням ефективності діяльності підприємства слід застосовувати комплексний, системний підхід, ретельно досліджувати всі підрозділи, служби підприємства та ті процеси, які в них відбуваються.

Тільки на основі системного аналізу можна отримати справді адекватну оцінку стану справ на підприємстві та розробити ефективні заходи, щодо його поліпшення.

ДЕЯКІ АСПЕКТИ РОЗРАХУНКУ ROI ПРИ ФОРМУВАННІ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Г.І. Задорожко, к.е.н.
Є.М. Базаров

Одеський національний політехнічний університет

Методика розрахунку ROI проекту є могутнім інструментом для керівника, що ухвалює рішення, допомагаючи правильніше збудувати такі процеси, як ухвалення рішення про необхідність впровадження інформаційної системи підприємства, вибір відповідної системи, взаємодія з компанією – впроваджувачем на всіх етапах, оцінка результатів автоматизації.

Формула розрахунку ROI проста: відношення сумарного ефекту від автоматизації до об'єму інвестицій в неї. Проблема полягає у виборі тих значень показників, які необхідно використовувати при розрахунку. Основна складність полягає в грамотному визначенні переваг від впровадження IT-рішення і представлення їх у вигляді фінансових показників. Ефективність впровадження і, відповідно, показник ROI залежать від таких чинників як:

1) загальні інвестиційні вкладення в пошук, придбання та впровадження інформаційної системи – сукупні разові вкладення, які складають витратну частину при розрахунку економічного ефекту;

2) зміна в структурі витрат компанії після впровадження системи – при ефективному проекті впровадження цей чинник виявляє собою прибуткову частину розрахунку, але в певних випадках сукупні витрати компанії можуть і збільшитися після впровадження системи, тоді даний чинник стане витратною частиною при розрахунку ROI;

3) поліпшення операційних показників діяльності в результаті впровадження – чинники, непрямым чином поліпшуючі економіку компанії, складаючи тим самим прибуткову частину в методиці розрахунку ROI.

Оцінку ROI доцільно робити кілька разів по ходу реалізації проекту.

1) перший розрахунок прогнозного значення проводиться на етапі попереднього аналізу і обґрунтування впровадження системи в цілому. В розрахунках використовується досвід завершених проектів та експертні оцінки очікуваного ефекту керівників і ключових фахівців;

2) другий розрахунок прогнозного значення робиться після закінчення передпроектного обстеження, яке полягає в описі процесів компанії і аналізі можливості їх оптимізації і автоматизації;

3) третій розрахунок повинен бути проведений після впровадження системи, через достатній період часу, щоб побачити реальний результат.

По можливості використовуються реальні дані про зміни, але також застосовуються експертні оцінки для тих областей бізнесу, де чисельний розрахунок неможливий. Перш за все необхідно визначити горизонт, на якому оцінюватиметься ефект від впровадження системи. Він залежить від динаміки бізнесу, горизонту стратегічного планування, прийнятого в компанії, та інших чинників (розміру інвестицій, оцінки періоду отримання ефекту і т.д.).

На наступному етапі здійснюється оцінка впливу основних показників ефективності процесів, що автоматизуються, на значення ROI. Наприклад, в проекті основний напір робиться на підвищення точності обліку товарів по всьому логістичному ланцюжку.

Це означає, що необхідно виділити ті процеси і ті їх показники, які якнайбільше впливають на даний облік. Ще можна виділити операційні ризики, які будуть усунені в ході автоматизації, що також повинне вплинути на поліпшення точності. Саме ці процеси і показники братимуть участь в подальших розрахунках ROI.

Зрозумівши, що ж впливає на ефективність, можна приступити безпосередньо до розрахунків: оцінці прямих і непрямих доходів (покращень) від автоматизації, розрахунку інвестицій на впровадження системи, прогнозуванню зміни витрат на функціонування бізнесу після впровадження системи. Зробивши всі ці первинні оцінки, можна перейти до остаточного розрахунку і інтерпретації одержаних даних.

Література:

1. Жукова Л.И. Выбор методологии анализа привлекательности инвестиционных проектов / Л. Жукова // Директор информационной службы, № 09, 2010 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.ospr.ru/cio/2010/09> – Назва з екрану.
2. Судов Е.В., А.И. Левин, А.В. Петров, Е.В. Чубарова. Технологии интегрированной логистической поддержки изделий машиностроения /Е.В. Судов, А.И. Левин, А.В. Петров, Е.В. Чубарова – М.: ИнформБюро, 2006. — 232 с.
3. Управление – это наука и искусство: Сб. / А. Файоль, Г. Эмерсон, Ф. Тэйлор, Г. Форд. – М.: Республика, 1992. – 349 с.
4. О'Лири Д. ERP-системы. Современное планирование и управление ресурсами предприятия. Выбор, внедрение, эксплуатация / Дэниел О'Лири. – М.: Вершина, 2004. – 272 с.

АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНИХ ВИТРАТ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ ЗАЛЕЖНО ВІД СПЕЦИФІКИ ЇХ ДІЯЛЬНОСТІ ТА МАСШТАБІВ

О.А. Варчук

Одеський національний політехнічний університет

Для проведення аналізу інноваційних витрат промислових підприємств залежно від специфіки їх діяльності та масштабів скористаємося показниками структури та аналізу рядів динаміки [1]. Аналіз проведемо на основі даних Державного комітету статистики України [2-5].

На першому етапі проведемо аналіз інноваційних витрат залежно від специфіки діяльності промислових підприємств України. Промислові підприємства України впродовж 2012-2013 років здійснювали інноваційну діяльність за наступними видами економічної діяльності: добувна промисловість, переробна промисловість, виробництво та розподілення електроенергії, газу та води, постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря, водопостачання; каналізація, поводження з відходами. Розподіл загального обсягу інноваційних витрат за видами економічної діяльності у 2012-2013 роках наведено у табл. 1.

Таблиця 1 – Розподіл загального обсягу інноваційних витрат за видами економічної діяльності у 2012-2013 рр.

Види економічної діяльності	Усього витрат, тис. грн		Темпи росту, %	Показники структури, %	
	2012	2013		2012	2013
Добувна промисловість	645035,0	744112,6	115,4	5,6	7,8
Переробна промисловість	8055990,5	8262276,4	102,6	70,2	86,4
Виробництво та розподілення електроенергії, газу та води*	2779537,3	–	–	24,2	0,0
Постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря*	–	503634,5	–	0,0	5,3
Водопостачання; каналізація, поводження з відходами*	–	52602,5	–	0,0	0,6
Промисловість України	11480562,8	9562626,0	83,3	100,0	100,0

* – Темпи росту за цими видами економічної діяльності не розраховані, бо потребують більш детального вивчення у зв'язку зі зміною у 2013 році видів економічної діяльності та переходом на КВЕД-2010

З розрахованих у табл. 1 показників видно, що взагалі по промисловості темпи росту інноваційних витрат у 2013 році в порівнянні з 2012 роком зменшилися на 16,7% (1917937 тис. грн.).

Але інноваційні витрати по добувній промисловості збільшилися на 15,4% у 2013 році в порівнянні з 2012 роком, що в абсолютному вираженні склало 99077,6 тис. грн. Також не значно

збільшилися інноваційні витрати по переробній промисловості у 2013 році в порівнянні з 2012 роком, та склали 102,6 %. Також слід зазначити що саме переробна промисловість має найбільшу питому вагу інноваційних витрат у загальних інноваційних витратах промисловості України. Показники структури склали у 2012 році 70,2%, у 2013 році 86,4%.

У зв'язку зі зміною у 2013 році видів економічної діяльності та переходом на КВЕД-2010 співставлення рядів динаміки «Виробництво та розподілення електроенергії, газу та води», «Постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря», та «Водопостачання; каналізація, поводження з відходами» потребує більшої уваги та додаткової інформації.

На наступному етапі проведемо аналіз інноваційних витрат в залежності від масштабів підприємства. За даними держкомстату України групування інноваційних витрат було проведено за міжнародною методикою, згідно з якою використовується наступний розподіл підприємств за розміром:

- малі від 10 до 49 працюючих;
- середні від 50 до 249 працюючих;
- великі 250 і більше працюючих [3].

Динаміка інноваційних витрат залежно від розміру промислових підприємств (% до загального обсягу інноваційних витрат) надана на рис. 1.

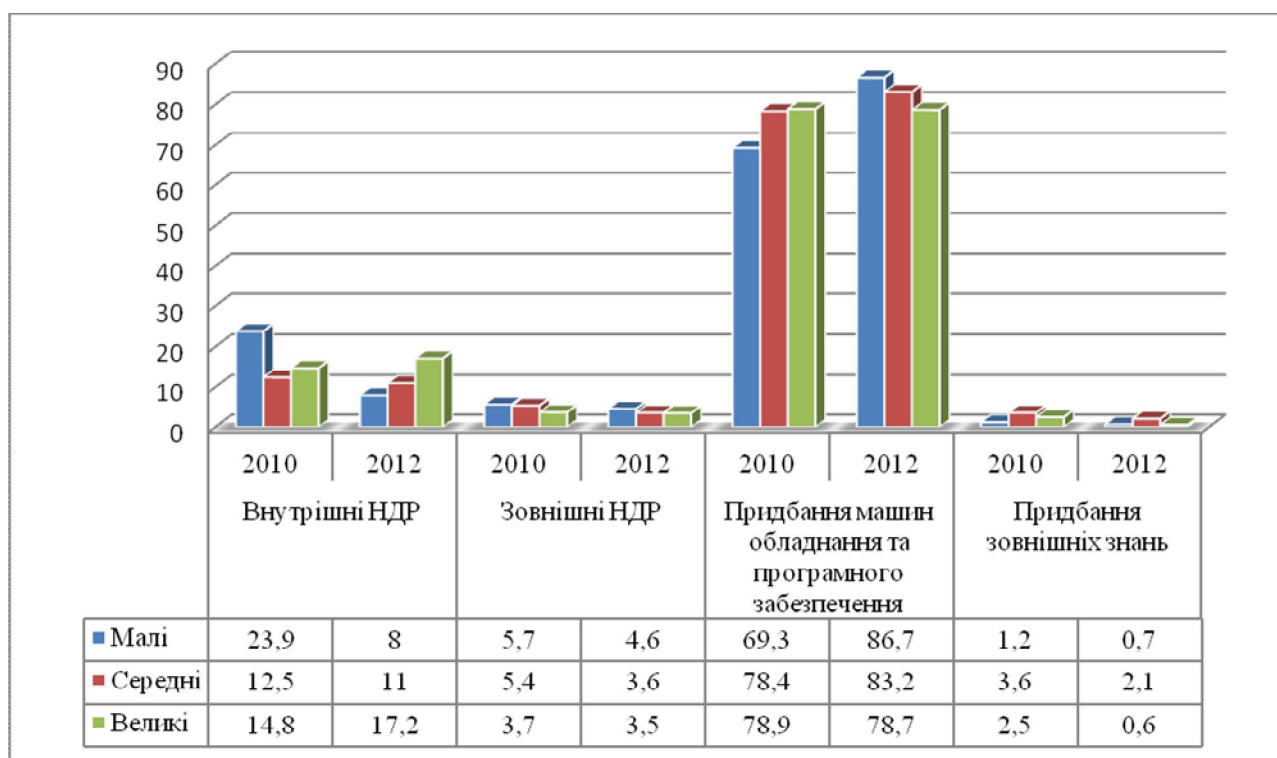


Рисунок 1 – Динаміка інноваційних витрат залежно від розміру промислових підприємств

Аналізуючи приведені на рис. 1 данні бачимо, що найбільший обсяг інноваційних витрат приходить на придбання машин обладнання та програмного забезпечення не залежно від розміру підприємства.

Витрати на придбання машин обладнання та програмного забезпечення склали:

- у 2010 році у малих підприємств 69,3%, у середніх 78,4%, у великих 78,9% від загального обсягу інноваційних витрат;
- у 2012 році у малих підприємств 86,7%, у середніх 83,2%, у великих 78,7% від загального обсягу інноваційних витрат.

Слід зазначити, що обсяг інноваційних витрат у 2012 році в порівнянні з 2010 роком збільшилися:

- у малих підприємств на 17,4%;
- у середніх підприємств на 4,8%;

– великих підприємств на 0,2%.

Отже, значне збільшення обсягу інноваційних витрат приходить на малі промислові підприємства.

Порівнюючи данні табл. 1 та рис. 1 можливо зробити висновок, що *витрати на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення займають найбільшу питому вагу у загальній вартості інноваційних витрат ураховуючи обидва групування: за видами економічної діяльності та залежно від масштабів підприємства.*

Література:

1. Просянюк Н.А. Статистика: от теории к практике: учебно-практическое пособие / Н.А. Просянюк, О.А. Варчук // – Харьков, Бурун Книга, 2008. – 128с.
2. Наукова та інноваційна діяльність в Україні 2011 році: статистичний збірник. – К.: ДП „Інформаційно-видавничий центр Держстату України”, 2012. – 305 с.
3. Наукова та інноваційна діяльність в Україні 2013 році: статистичний збірник. – К.: Держкомстат. 2014. – 314 с.
4. Наукова та інноваційна діяльність в Україні 2007 році: статистичний збірник. – К.: ДП „Інформаційно-видавничий центр Держстату України”, 2008. – 361 с.
5. Наукова та інноваційна діяльність в Україні у 2009 році: статистичний збірник. – К.: Держкомстат. 2010. – 347 с.

ТЕХНІЧНЕ ПЕРЕОЗБРОЄННЯ ТА ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УКЛАД ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

І.М. Бойко

Одеський національний політехнічний університет

В умовах переходу до нового технологічного укладу і загострення конкурентної боротьби за ресурси і сфери впливу актуалізується задача інтенсифікації процесів технічного переозброєння та модернізації промислового виробництва, що потребує відображення у відповідному методичному апараті планування цих процесів, що враховує прогноз науково-технічного розвитку при формулюванні стратегії підприємства.

Розгляд технічного переозброєння як частини інноваційно-інвестиційної діяльності зачіпається в працях вітчизняних і зарубіжних вчених: Г. А. Краюхіна, В. І. Титова, Р. А. Фатхутдінова, І. А. Бланка, А. Б. Идрисова, В. Н. Лівшиця, С. Н. Сайфієвой, Д. А. Ермілін.

Проблема неконкурентоспроможності вітчизняних підприємств є наслідком значного зносу основних виробничих фондів промисловості. Згідно з офіційними даними Держстату, до початку 2014 року Україна підійшла з загальними матеріальними активами економіки, оцінюваними в 2356962 млн. гривень за залишковою вартістю, що супроводжувалося 77,3% зносом основних засобів[1]. Проблема значного зносу основних фондів значно загострилася в ситуації вступу України до СОТ, що поставив перед промисловими підприємствами нове завдання з формування конкурентних переваг в умовах відкритих ринків і скорочення заходів державної підтримки технічного переозброєння промислових підприємств.

Під технічним переозброєнням розуміється частина інноваційно-інвестиційної діяльності підприємства, яка спрямована на підвищення його техніко-економічного рівня до кращих досягнень світових лідерів у відповідності зі стратегією розвитку підприємства[1, с.59]

Існують наступні основні ознаки технічного переозброєння:

- орієнтація на заміну активної частини основних виробничих фондів;
- спрямованість на підвищення науково-технічного рівня виробництва шляхом впровадження технологій, що відповідають світовому рівню розвитку техніки і технології;
- системний характер, що передбачає включення в процес допоміжних служб.

Технологічний уклад визначає величину інвестицій, необхідну для здійснення технічного переозброєння і формування нової виробничої бази, а також характер стратегії розвитку підприємства.

На основі ознак технологічного переозброєння промислових підприємств запропонований термін «мікротехнологічний уклад промислового підприємства», під яким розуміється ступінь відповідності виробничих, соціальних, збутових, логістичних процесів підприємства певному рівню розвитку технологічного укладу економіки і сприйнятливість до технологій більш високого рівня. На рис. 1 представлена структура мікротехнологічного укладу. Низький рівень мікротехнологічного укладу ставить завдання з розробки стратегії технічного переозброєння підприємства, спрямованої на формування сучасної виробничої бази, заснованої на досягненнях науково-технічного прогресу і враховує необхідність системного оновлення основних фондів [2, с. 62].

Необхідність соціально-економічного підйому і зміни парадигми економічного розвитку ставить завдання неоіндустріальні трансформації української промисловості, яка передбачає створення конкурентоспроможної, стійкої, структурно збалансованої промисловості, здатної до ефективного саморозвитку. Для цього потрібні збільшення інвестицій в нові виробництва та інфраструктуру, розвиток людського капіталу як фактора економічного зростання. Плани українського уряду з технологічного переозброєння нашої економіки потребують масштабних капіталовкладень у найближчій перспективі. І велика роль у цьому відводиться для іноземного капіталу, в тому числі і з країн СНД. Це ті високотехнологічні проекти, які в принципі, повинні підтягти вітчизняну економіку на новий світовий рівень, разом з нашими традиційними галузями, які займають великий обсяг виробництва і робочих місць в нашій країні.



Рис. 1 - Структура технологічного укладу

Сутність технічного переозброєння як частини інноваційно-інвестиційної діяльності підприємства визначає основні принципи формування стратегії технічного переозброєння, яка повинна бути спрямована на формування технологічного укладу підприємства та інвестиційної програми.

Література:

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Хохлова, І. Г. Методичний підхід до управління технічним переозброєнням підприємства / І. Г. Хохлова // Російське підприємництво. - 2012. № 21/219. - С. 59-66.

ОБЪЕКТЫ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ КАК ОСНОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Л. П. Шацкова

Одесский национальный политехнический университет

В трудах современных украинских и зарубежных авторов, таких как Э.Е. Лебедевой, А. П. Орлюка, Г. А. Андрощука, А. Б. Бутник-Сиверского, П.Н. Цибулева та др., можно найти немало исследований по проблемам инновационной деятельности и интеллектуальной собственности. Однако в данных работах эти процессы иногда рассматриваются самостоятельно, вне связи друг с другом, в то время как их экономическая сущность имеет одну основу. При таком подходе характер и механизм взаимосвязи инноваций и процесса создания, правовой охраны и использования интеллектуальной собственности в инновационной деятельности остаются нераскрытыми. Между тем решение этой задачи имеет не только научное, но и практическое значение [1,2,3].

Не только ученые, но и менеджеры предприятий понимают, что права на интеллектуальную собственность упрочивают финансовые и рыночные позиции предприятия, а надежная охрана и эффективное использование этих прав обеспечивают условия их дальнейшего развития. Необходимо выделить «эффективное использование» интеллектуальной собственности, поскольку эффективный результат инновационной деятельности зависит от необходимых ресурсов, которыми располагает предприятие, от эффективности применения организационно-управленческих механизмов, от уровня развития инновационной инфраструктуры. От степени развития или обеспеченности компонентов инновационной деятельности зависит конкурентоспособность предприятия, что обусловило актуальность исследования объектов интеллектуальной собственности как правового результата инновационной деятельности.

Под инновационной деятельностью следует понимать деятельность, направленную на использование результатов научных исследований и технических решений для расширения и обновления номенклатуры и улучшения качества выпускаемой продукции (товаров, услуг), совершенствования технологии их изготовления с последующим внедрением и эффективной реализацией на внутренних и зарубежных рынках.

Перечень объектов инновационной деятельности закреплен в статье 4 Закона Украины «Об инновационной деятельности». Указанный перечень содержит совсем разные объекты, которые условно можно поделить на две группы:

1 группа – в качестве объекта рассматривается предмет, на который направлены новые решения и активность субъекта - производственное оборудование и процессы; инфраструктура производства и предпринимательства; сырьевые ресурсы, средства их добычи и переработки; товарная продукция; механизмы формирования потребительского рынка и сбыта товарной продукции;

2 группа – в качестве объекта рассматривается результат, указывается форма, в которой воплощаются новые решения - интеллектуальные продукты; организационно-технические решения; инновационные программы и проекты [4].

Такой подход к определению объектов инновационной деятельности достаточно широк. Но именно результаты инновационной деятельности выступают основным объектом инновационной деятельности. Для признания новых идей, решений инновациями они должны получить законодательно установленную форму и отвечать закрепленным в нормативно-правовых актах требованиям. Физическое или юридическое лицо, осуществляющее инновационную деятельность и имеющее готовую инновацию, должно закрепить инновацию в качестве объекта интеллектуальной собственности – путем фиксации исключительных прав на этот объект. Инновационный продукт, инновационная продукция как результат инновационной деятельности является объектом права интеллектуальной собственности.

Объекты интеллектуальной собственности выступают основанием инновационной деятельности. Различают объекты интеллектуальной собственности гуманитарной сферы и объекты интеллектуальной собственности научно-технической и производственной сфер. На

основании общих признаков объектов интеллектуальной собственности научно-технической и производственной сфер предлагается выделить следующие четыре группы:

1 группа – объекты авторского права и смежных прав - научные произведения, компьютерные программы, базы данных;

2 группа - объекты патентного права – изобретения, промышленные образцы, полезные модели, сорта растений и породы животных;

3 группа – средства индивидуализации гражданского оборота, товаров, работ, услуг – фирменное (коммерческое) название, торговая марка (знак для товаров и услуг), географическое указание;

4 группа – специфические объекты интеллектуальной деятельности - коммерческая тайна (ноу-хау), рационализаторские предложения, компоновка интегральных микросхем, научные открытия [5,6].

Инновационная деятельность направлена на получение конечного результата – инновационного продукта и инновационной продукции. Фундаментом этого является трансформация объектов интеллектуальной собственности в конечный продукт.

Инновационная система предприятия – это факторы, оказывающие влияние на разработку, распространение и использование инноваций, т.е. на реализацию инновационной деятельности. Основой для появления инноваций является наличие инновационно-ориентированных ресурсов. Инновационная инфраструктура обеспечивает условия для последовательного прохождения новшеством всех этапов инновационной деятельности, в том числе и до превращения его в конечный продукт. Каждый субъект инфраструктуры отвечает за развитие соответствующего ресурса инновационной деятельности. Основание - это организационно-управленческие механизмы, которые способствуют наиболее эффективному использованию научно-технических, Игнорирование какой-либо функции управления делает менее устойчивым систему, отсутствие какого-либо субъекта инфраструктуры приводит к ограниченности ресурсов.

Таким образом, на основе изложенного можно сделать вывод, что трансформация объектов интеллектуальной собственности в инновационный продукт как эффективный результат инновационной деятельности зависит от объема и доступности необходимых ресурсов, которыми располагает предприятие, от эффективности применения организационно-управленческих механизмов, реализующих инновационные процедуры, и от уровня развития инновационной инфраструктуры, которая поддерживает деятельность предприятий этой сферы.

Литература:

1. Право інтелектуальної власності / О. П. Орлюк, Г. О. Андрощук, О. В. Бутнік-Сіверський та ін. – К.: Видавничий Дім «Ін Юре». – 2007. – 696 с.
2. Оцінка прав на об'єкти інтелектуальної власності / П.М. Цибульов, Г.Н. Сердюк, С. М. Болелій. – К.: Інститут інтелектуальної власності і права – 2005. – 328с.
3. Лебедева Э.Е. Особенности инновационной деятельности предприятий малого бизнеса / Человек. Сообщество. Управление. – 2008 – №3 – С.43-48.
4. Закон України «Про інноваційну діяльність» // Відомості Верховної Ради України. – 2002. – № 36. – 266 с.
5. Цивільний кодекс України // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – № 40-44. – 356 с.
6. Закон України «Про авторське право і суміжні права» // Відомості Верховної Ради України – 1994. – N 13. – 64.