

Т.І. АЛЕКСЄЄВА, канд. екон. наук, доцент. ХТЕІ КНТЕУ, Харків

ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ІННОВАЦІЙНОЇ СКЛАДОВОЇ НА СТАН КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглянуто особливості впливу інноваційної складової на стан конкурентоспроможності підприємства та обґрунтована необхідність зваженої політики щодо підвищення ролі інновацій у подальшому розвитку підприємства.

Ключові слова: інновації, інноваційна складова, конкурентоспроможність, розвиток підприємства.

В статье рассмотрены особенности влияния инновационной составляющей на состояние конкурентоспособности предприятия и обоснована необходимость проведения взвешенной политики по повышению роли инноваций в дальнейшем развитии предприятия.

Ключевые слова: инновации, инновационная составляющая, конкурентоспособность, развитие предприятия.

The paper considers the impact of innovative features component of the state of competitiveness of enterprises and necessity of relevant policy measures to enhance the role of innovation in the further development.

Keywords: innovations, innovative constituent, competitiveness, development of enterprise.

Постановка проблеми та її зв'язки з практичними завданнями. Зміст впливу інноваційної складової на стан конкурентоспроможності підприємства полягає в тому, щоб комплексно оцінити та обґрунтувати систему показників інноваційного потенціалу підприємства та їх вплив на оцінку конкурентоспроможності підприємства. Практичне значення одержаних результатів полягає у тому, що використання положень і висновків, доведених до рівня методико-практичних рекомендацій, підвищує рівень управління конкурентоспроможністю підприємств та забезпечує зростання ефективності їх діяльності.

Актуальність даної проблеми полягає в тому, що підприємства повинні використовувати спеціальні методичні підходи для аналізу стану конкурентоспроможності підприємства.

Аналіз останніх досліджень та виділення невирішених частин загальної проблеми. Проблема інноваційного розвитку промислових підприємств тісно пов'язана з дослідженнями вчених щодо впливу інноваційної складової на конкурентоспроможність підприємства. В останні роки на цієї проблемі зосереджена увага багатьох відомих зарубіжних і вітчизняних дослідників: І.В. Алексєєва, О.М. Ястремської, А. Нікіфорова, К.Аллісона, М.Портера, Р.Ричарда, Б.Санто, Р.Уотермана, Й.Шумпеттера [2, 3, 4, 6].

Тому **метою статті** є обґрунтування теоретико-методологічних основ формування стратегії інноваційного розвитку та розробка організаційно-економічних засад щодо підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Результатом впровадження інноваційної діяльності на підприємстві є створення нових більш продуктивних технологій виробництва товарів та послуг, які в свою чергу більш ефективно задовольняють існуючі або нові суспільні потреби шляхом випуску інноваційної продукції. Використання інновацій створює нові конкурентні переваги, що дозволяє зайняти лідируючі позиції на ринку підприємствам, що займаються впровадженням інновації.

Сучасний стан економіки України має саме інноваційне спрямування розвитку, що дозволяє національним підприємствам за рахунок впровадження інноваційної діяльності, створювати більшу додану вартість та відповідно отримувати більші розміри прибутку [1, 2]. В умовах посилення інтернаціоналізації та процесів глобалізації саме інноваційне спрямування розвитку економіки дозволяє займати світові, лідируючі позиції у різних галузях промисловості.

Щорічний аналіз лідерів інновацій, що проводиться дослідницькою компанією Innovato, оцінює діяльність 1000 потужних світових компаній. За підсумками досліджень було визначено п'ять найкращих інноваторів 2011 року. Це такі компанії, як: Adidas, DSM, Logitech, Nokia та Samsung.

Аналізуючи світовий досвід організації інноваційної діяльності, можна відзначити, що створення інноваційної продукції вимагає від компанії особливого ставлення до самого процесу створення та поширення інновацій в ринковому середовищі. Тому сучасний стан інноваційної активності промислових підприємств України, що впроваджували інновації з 2008 року маємо від'ємну динаміку (у 2008 році 11,5 %; у 2009 – 10%; у 2010 – 8,2%; у 2011 – 7,9%). Починаючи з 2008 року кількість підприємств, які займаються інноваційною діяльністю, має неухильну тенденцію до зниження, відповідно і кількість підприємств, які впроваджували інновації теж скорочується.

Актуальною є проблема активізації інноваційної діяльності та пошуку ефективних шляхів реалізації інновації. Оскільки функціонування економіки здійснюється на основі теорії відтворення, то інноваційний процес має базуватися на принципах циклічності, тому що вироблена і спожита інновація є основою для майбутнього розвитку: завершення процесу освоєння інновації веде до вивільнення ресурсів, що були задіяні для її впровадження і які можуть і повинні бути знову задіяні в розробці і реалізації нових ідей. Аналіз відтворення інноваційних процесів дозволив виділити в його структурі два кругообігу капіталів:

1) повний обіг – від народження ідеї, її розробки і до впровадження нововведення;

2) комерціалізацію, тобто обіг капіталів при впровадженні завершених наукових розробок (рис.).

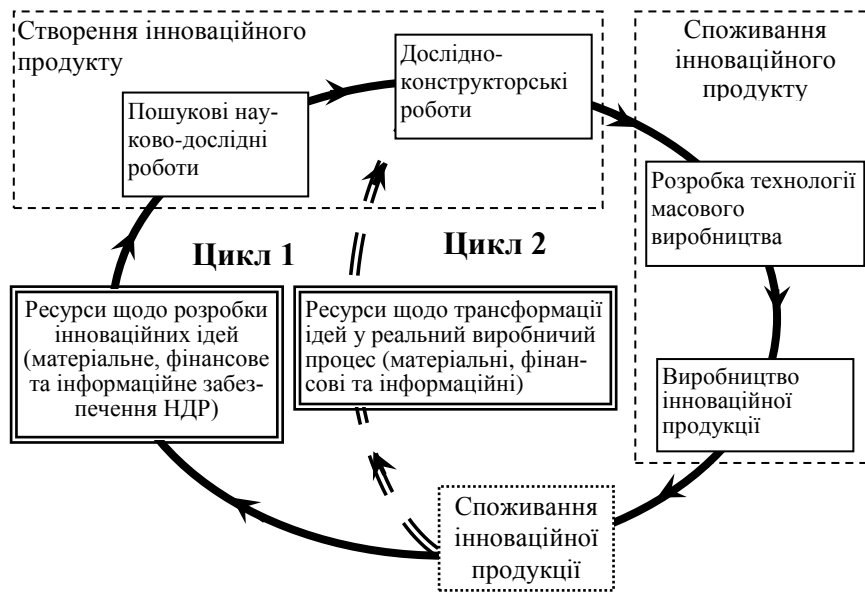


Рис. – Структура інноваційного циклу (два кругообігу капіталів)

Співіснування цих кругообігів об'єктивно обумовлене співіснуванням двох принципово різних типів джерел капіталів, які пред'являють специфічні вимоги у визначенні незадоволених потреб, що ініціюють інноваційні процеси:

- державний бюджет та інші суспільні недержавні фонди споживання;
- приватний капітал.

Для представників першого типу джерел капіталу основними потребами, які ініціюють інноваційну діяльність, є підвищення добробуту суспільства, забезпечення стійкого становища держави на світовому ринку і міжнародній політичній арені.

Для приватного капіталу визначальними потребами, які ініціюють інноваційну діяльність, є забезпечення виживання підприємства, максимізація прибутку і завоювання лідируючого становища на ринку.

Для підвищення ефективності інвестиційного забезпечення інноваційної діяльності необхідний пошук нових організаційних форм залучення інвестицій, що дозволяють перейти від стихійного стану до планованого і спрямовані на створення умов мінімізації суспільних витрат для просування інновації на споживчий ринок. Аналіз стану конкурентоспроможності підприємств ґрунтується на застосуванні спеціальних методичних підходів та прийомів, сукупність яких формує методичний інструментарій процесу діагностики.

Основними методологічними принципами формування системи показників аналізу та оцінки стану конкурентоспроможності підприємства є:

а) принцип релевантності (адекватність показників завданням дослідження та їх відповідність головним детермінантам інтенсивності конкуренції на релевантному зовнішньому ринку);

б) принцип детермінованості (можливість чіткого визначення алгоритмів розрахунку показників, їх критеріальних значень, економічної сутності та тлумачення);

в) принцип значущості та оптимальності (чисельність та охоплення показниками найважливіших характеристик системи «підприємство – цільовий зовнішній ринок»).

Визначення методологічних принципів формування показників діагностики стану конкурентоспроможності та критеріїв позиціонування підприємства на внутрішньому та зовнішніх ринках обумовлює декомпозицію системи показників діагностики стану конкурентоспроможності підприємства.

В умовах ринкової економіки підприємства різних галузей вибудовуються в строгій послідовності і функціонують як єдиний ланцюг, необхідний для забезпечення успішної роботи всього виробничого циклу конкретної продукції. Динаміка інвестиційної та інноваційної активності підприємств України показана у табл. 1.

Таблиця 1. Динаміка інвестиційної та інноваційної активності

	2007	2008	2009	2010	2011
Індекси інвестицій в основний капітал, %	106,1	100,4	114,4	120,8	131,3
Частка промислових підприємств, що здійснювали інноваційну діяльність, %	19,6	19,5	13,5	12,4	10,4

Аналіз інноваційної активності дозволив зробити висновки стосовно розвитку національного інноваційного механізму. Важлива відмітна властивість України у сфері інновацій – значний інтелектуальний потенціал нації, її науки і системи освіти (табл. 2).

Таблиця 2. Інноваційна і наукова діяльність в Україні

	2007	2008	2009	2010	2011
Кількість організацій (підприємств), що здійснюють наукові і науково-технічні роботи, од.	1518	1506	1490	1503	1506
Чисельність виконавців наукових і науково-технічних робіт, чол.	134413	126045	120773	113341	107447
Обсяг виконаних наукових і науково-технічних робіт у фактичних цінах, млн. грн.	1269,0	1578,2	1978,4	2275,0	2496,8
Чисельність докторів наук в економіці України, чол.	10446	10233	10339	10603	11008
Чисельність кандидатів наук в економіці України, чол.	59703	59547	58741	60647	62673

Аналізуючи сучасний стан інноваційної активності в Харківському регіоні у 2011 році можна відзначити, що найбільш активно інноваціями займалися

підприємства хімічної і нафтохімічної промисловості та машинобудування (відповідно – 31,4% та 29,8% від загальної кількості підприємств цих видів промислової діяльності); у видобуванні неенергетичних матеріалів і у виробництві коксу та продуктів нафтоперероблення питома вага інноваційно-активних підприємств складала по 25 відсотків. Разом із тим, значно меншою, ніж в середньому по області, була частка таких підприємств у целюлозно-паперовій промисловості і видавничій справі (9,3%), в металургії та обробленні металу (9,1%), у виробництві деревини та виробів з деревини (6,7%), у виробництві і розподіленні електроенергії, газу та води (5,5%).

Створення інноваційних продуктів, на відміну від звичайних товарів, має особливі вимоги перед усім з процесів створення інновації та їх подальшої дифузії. В основу інноваційної діяльності покладені етапи по створенню та розробки та впровадження інновації, які мають ряд етапів. Основними з яких є безпосереднє створення інновації та її комерційна реалізація. На кожному з етапів інноваційного циклу відбувається створення частки доданої вартості інноваційного продукту, разом з тим зростають витрати на створення і поширення інновації. Також змінюється кількісні параметри виготовленої інноваційної продукції та її місце на ринку. Перехід до інновації від існуючої технології або способу виробництва (товару, послуги) відбувається в окремі проміжки часу, які є різними за об'ємами часу на їх створення та залежать від певної кількості факторів [8].

Висновки. В умовах інноваційно-інвестиційної моделі розвитку економіки України необхідним є розробка методичних підходів до проектування та реалізації інструментів оцінки функціонування підприємства в процесі його інноваційного розвитку. Це дає змогу за допомогою відповідної системи показників, яка включає як загальні показники, так і такі, що відображають специфічні особливості інноваційного розвитку підприємства досягти конкурентних переваг в умовах жорсткої конкуренції як на внутрішньому так і міжнародному ринках. Поява інноваційної продукції, особливо на ринках з високим ступенем конкуренції між виробниками, та сприятливим умовам поширення інноваційної продукції, стимулює інших виробників до створення інноваційної продукції з аналогічними, або навіть кращими характеристиками.

Список література Про інноваційну діяльність: Закон України від 4 липня 2002 р. № 40-IV // Відомості Верховної Ради України. – 2002.-№36. – Ст. 266. **2.** *Алексєєв І.В.* Моделювання інноваційного розвитку підприємств на стадії науково-технічної підготовки виробництва //Інновації: Проблеми науки і практики: Монографія. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2006. – 278 с. **3.** *Ястремська О.М.* Стратегічне управління інвестиційно-інноваційною діяльністю машинобудівних підприємств Харківського регіону //Інновації: Проблеми науки і практики: Монографія. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2006. – С. 225-253 **4.** *Allison K.* Secrets from the Innovation Room /McGraw-Hill. 2005. – 165 p. **5.** *Barlett Ch. A., Ghoshal S.* Changing the role of top management: Beyond strategy to purpose // Harvard business rev. – Boston, 1994. – Vol. 72, №6. – P. 79-88. **6.** *Nykyforov A.* The new organizational forms of activization of

innovation activity in Ukraine //4th International Scientific Conference BUSSINESS AND MANAGEMENT; 14th International Scientific Conference ENTERPRISE MANAGEMENT: DIAGNOSIS, STRATAGY, EFFICIENCY. CONFERENCE PROCEEDINGS. Vilnius: Technika, 2006. – 168-170 p. 7. Robert B. Taker. Driving Growth Through Innovation: How Leading Firms are Transforming Their Futures. Williams. – 2006. – 267 p. 8. Ukraine Technopark Manager Course. – Maryland: Loyola College, 2000. – 311 p.

Надійшла до редколегії 05.03.12

УДК 368

І.Є. БАБІЧ, ст. викладач, НТУ «ХПІ», Харків,
В.М. КОБЕЦЬ, ст. викладач, НТУ «ХПІ», Харків.

ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ НА УКРАЇНСЬКОМУ СТРАХОВОМУ РИНКУ

У статті розглянуто актуальні шляхи реалізації страхових послуг в Україні. Розглянуто концепцію bancassurance як інтеграцію банків та страхових компаній для спільного продажу банківських та страхових послуг і продуктів.

В статье рассмотрены актуальные направления реализации страховых услуг в Украине. Рассмотрена концепция bancassurance как интеграция банков и страховых компаний для совместной продажи банковских и страховых услуг и продуктов.

Actual ways of insurance services realisation to Ukraine are considered in the article. The concept of bancassurance as integration of banks and insurance companies for common sale of bank and insurance services and products is considered.

Одними з найбільш важливих питань для українських страховиків залишається проблема вибору шляхів реалізації страхових послуг.

Проблеми виводу страхових послуг на ринок висвітлювали такі зарубіжні та вітчизняні вчені, як: П. Віелрейчер, О. Андрусь, О. Галасюк, В. Гомелля, С. Єрмасов, А. Зубець, О. Залетов, О. Зубець, С. Осадець Д. Туленти. [1]

Страхові послуги здебільшого реалізуються у такий спосіб:

- прямий продаж;
- продаж за допомогою посередників (через агентів; брокерів; через альтернативну мережу посередників – банки, туристичні агенції тощо)

В Україні найбільшого поширення набула реалізація страхових продуктів через головних, виконавців аквізиції:

1. фахівців, які працюють у центральному офісі страховика або його регіональних філіях і представництвах.
2. працівників підприємства (юридичної особи), які є страховим агентом.
3. страхових агентів і страхових брокерів.

Разом з тим системи продажу страхових послуг постійно вдосконалюються, застосовуються нові форми та методи. Нещодавно почала використовуватися форма реалізації страхових послуг через мережу Інтернет. Страхові компанії створюють сайт, орієнтований на клієнтів та партнерів, з метою забезпечення