



Бізнес та інновації у сучасному світі

МАТЕРІАЛИ

III Міжнародної науково-практичної конференції

9-10 квітня 2012 року
м. Луганськ

конкурентоспроможності підприємства.....	59
24. Ляшенко В. І., Колесникова Г. В., Бережна Т. Ф. Кредитні та податкові режими стимулювання розвитку малого інноваційного підприємництва.....	61

Впровадження сучасних систем та методик у процесі навчання бізнесу

25. Борінос І. І. Проблеми розвитку оптової торгівлі в Україні та шляхи їх вирішення.....	64
26. Городова К. Д. Проблеми функціонування ринку молока та молочної продукції України.....	67
27. Дубовіков М. М. Дослідження математичної моделі диференціювання капіталів товаровиробників на вільному ринку.....	70
28. Коваленко О. В. Проблеми та технологія формування економічної культури студентів в процесі професійної підготовки у ВНЗ.....	73
29. Литвинова Л. В. Трансформація економіки України в умовах глобалізації.....	76
30. Мардар Д. О. Особливості правового положення структурних підрозділів підприємств.....	78
31. Матросова Л. Н. К вопросу о внедрении инноваций.....	81

Моделі стійкого розвитку економіки організацій і управління підприємствами, галузями та комплексами

32. Буряченко А. Є. «Паспорт області» та фінансові показники розвитку регіону.....	83
33. Бондаренко Ф. О. Управління службою маркетингу на стабільно-значному підприємстві.....	85
34. Жучок Т. М. Перспективи розвитку інноваційного потенціалу промислових підприємств Луганської області.....	87
35. Зова В. А. Модель оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства.....	90
36. Гльїн В. Ю. Проблеми розвитку сучасних формувань сфери виробництва продукції сільського господарства.....	92
37. Гльїна О. В. Управління інвестиційним потенціалом підприємств аграрного сектору економіки України.....	94
38. Кудріна О. Ю. Оптимізація методів управління промисловим потенціалом регіону.....	97
39. Літвінова О. М. Моделювання і прогнозування розвитку економіки за допомогою кінцевих динамічних систем.....	99
40. Побережний Р. О. Розвиток підприємства як спрямований розвиток елементів внутрішнього середовища та елементів сфери діяльності.....	101
41. Побережна Н. М. Оцінка виробничого потенціалу.....	103
42. Прокопчук О. В. Методологія управлінського консультування агропромислових підприємств.....	106
43. Прищепя Н. П. Реструктуризація підприємств вугільної галузі як складова стратегії конкурентоспроможності.....	109
44. Растворцева С. Н., Судакова А. А. Об условиях возникновения концентрации экономической активности в регионе.....	112
45. Савченко Т. Г. Особливості управління збалансованим розвитком регіону.....	115

хвилини на телебаченні, спокійно зможе використовувати Інтернет для підвищення своїх продажів. Цей ресурс є відносно дешевим та дієвим [4].

Для оцінки обсягів ринку та виявлення конкурентів потрібно здійснити наступні дії: переглянути відкриті джерела; оцінити потрібність даного дослідження; інформацію шукати на потрібних сайтах; визначити ціль [5].

Інформацію про співвідношення ціни та якості, як конкурентної переваги потрібно доносити до споживачів не на пряму. Тільки ті підприємці, які не мають маркетингових ідей говорять про це відкрито. Споживач шукає щось більше ніж продукт – він шукає історію, філософію, легенду, які повинні стояти за брендом [9].

Бізнес-спілкування з клієнтами та споживачами повинно будуватися на знанні традицій, менталітету та ділового етикету. Це значно полегшує встановлення потрібних контактів, бо без взаєморозуміння неможливо досягти успіху в спільних проектах [2].

Позиціонування продукту є справжнім мистецтвом і проходить в три етапи:

- дослідження та встановлення пріоритетності важливих для конкретного ринкового сегменту параметрів;
- складення переліку конкуруючих фірм та компаній за даними параметрами;
- визначення ціни та вибір найбільш вигідного стану товарів по відношенню до конкурентів [3].

Традиційні яскраві рекламні ролики стали скоріш звичною рутиною, ніж дієвим засобом просування товару. Для вирішення цієї задачі покликаний партизанський маркетинг, завданням якого є створення креативних, нестандартних методів залучення потенціального споживача та досягнення максимального ефекту при мінімальних вкладеннях [9].

Іноколи вже забуті продукти, які раніше випускала фірма, знову відроджуються, проте це вже не старі продукти, а дещо вдосконалені з урахуванням нових тенденцій. І цей варіант приносить значно більше доходу ніж нові продукти [8].

Література

1. Бурцева Т.А., Сизов В.С., Цень О.А. Управление маркетингом: Учебное пособие. М. – 2005.
2. Восточные тонкости / Симич Сергей // Журнал Маркетинг. 4p.ru
3. Держать марку / Билевич Игорь // Журнал Маркетинг. 4p.ru
4. Інтернет – лучший инструмент для прямых продаж / Долгов Владимир // MarketingPro. – 2009. - №3.
5. Как узнать объемы рынка и вычислить конкурентов / Ющук Евгений // MarketingPro. – 2009. - №5.
6. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс. М.: Из-во Вильямс, 2007. -656с.
7. Маркетинг / Упоряд., вступ. ст. А.І. Кредисова. М2б К.: Україна, 1995. -399. – Рос. мовою.
8. Основы маркетингу: Навчальний посібник. – К.: Кондор, 2006. – 240с.
9. Партизанский маркетинг / Яурова Галина // Журнал Маркетинг. 4p.ru

УДК 346.233

Т. М. Жучок,

асистент кафедри менеджменту

ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка»

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ ЛУГАНСЬКОЇ ОБЛАСТІ

В даній роботі на прикладі Луганської області розглядаються перспективи розвитку наявного потенціалу та аналізується динаміка інноваційного потенціалу промислових

підприємств за останні роки. Результати аналізу базуються на офіційних даних Луганського обласного управління статистики [1].

Під інноваційною діяльністю розуміють діяльність, що спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів і послуг, тобто у випадку промислового підприємства – це діяльність, пов'язана з розробкою і впровадженням технологічно нових продуктів та процесів, та з технологічним вдосконаленням в продуктах і процесах [2].

В Луганській області у 2010 р. інноваційною діяльністю у промисловості займалися 59 підприємств, або 11,2% загальної їх кількості (у 2009р. – відповідно 54 підприємства, або 9,9%). За видами промислової діяльності більш активно здійснювали інновації підприємства металургійного виробництва та виробництва готових металевих виробів, з виробництва харчових продуктів, напоїв, хімічної та нафтохімічної промисловості, машинобудування (11–22%), менш активно – з виробництва та розподілення електроенергії, газу та води, з добування паливно-енергетичних корисних копалин, легкої промисловості, з виробництва іншої неметалевої мінеральної продукції (6–9%). При цьому зовсім не займалися інноваційною діяльністю підприємства з добування корисних копалин, крім паливно-енергетичних, та з оброблення деревини та виробництва виробів з деревини, крім меблів, целюлозно-паперового виробництва; видавничої діяльності.

На жаль, інновації поки ще не відіграють ту важливу роль у подоланні економічної кризи, підвищенні конкурентоспроможності, що визначена у державних програмах з переходу на інноваційний шлях розвитку економіки.

Аналіз показників, які характеризують активність підприємств за окремими напрямками інноваційної діяльності, показав, що основним напрямом у Луганській області залишається придбання та впровадження машин, обладнання та програмного забезпечення – 50,8% всіх інноваційно-активних підприємств. Однак це пояснюється тим, що економічна ситуація в країні не сприяє довготривалим інвестиціям у результати наукових досліджень, виникає необхідність саме найшвидшої окупності вкладених коштів.

Придбання інших зовнішніх знань, навчання та підготовка персоналу, ринкове запровадження інновацій для підприємств, на жаль, не набули пріоритетного характеру. Але, слід відмітити, що раніше де яким напрямкам інноваційної діяльності приділялося менше уваги. Так у 2008 р. придбанням інших зовнішніх знань займалися 3,4% інноваційно-активних підприємств, але протягом трьох років їх збільшилось до 6,8%. Також необхідно приділяти значно більше уваги навчання та підготовці персоналу, ринковому запровадженню інновацій. Кількість підприємств, що займаються цими напрямками інноваційної діяльності, за останні три роки знизилась до 5,1%.

Науково-дослідна складова інноваційного потенціалу промислових підприємств Луганської області характеризує наявність певної кількості науково-дослідних робіт, достатньої для генерації нових знань, здатність до проведення досліджень з метою перевірки ідей інновацій і можливості застосування їх для виробництва нової продукції, товарів. У 2010 р. науковими організаціями було виконано 1735 робіт. Частка робіт, спрямованих на створення нових видів техніки, становила 5,8% загальної кількості виконаних протягом року робіт, нових технологій – 14,9%, нових видів матеріалів – 0,4%, методів, теорій – 4,0%, сортів рослин та порід тварин – 0,5%. При виконанні кожної третьої розробки по створенню нових видів техніки використовувались технічні рішення на рівні винаходу. Кількість розробок, у яких використані принципово нові технічні рішення, зменшилась проти 2009 р. на 38,3%. З розроблених нових технологій 97,3% ресурсозберігаючі. Це свідчить про те, що підприємства не проводять прикладні дослідження, орієнтовані на потреби сьогодення.

Інтелектуальна складова визначає можливості генерування і сприйняття ідей і задумів новацій і доведення їх до рівня нових технологій, конструкцій, організаційних і управлінських рішень. В організаціях, які виконували дослідження та розробки, у 2010 р. працювало 2,0 тис. осіб персоналу основної діяльності – 1,4% від загальної чисельності

виконавців наукових та науково-технічних робіт по Україні. В цілому їх чисельність зменшилась проти минулого року на 5,0%. Чисельність безпосередніх виконавців наукових та науково-технічних робіт (дослідників, техніків) теж зменшилась на 2,6% і склала 1,2 тис. осіб. Питома вага спеціалістів вищої кваліфікації (докторів та кандидатів наук) у загальній чисельності працівників основної діяльності склала 5,8%. Аналіз показує, що відбувається постійне зменшення чисельності осіб, що активно займаються розробкою винаходів, промислових зразків і раціоналізаторських пропозицій, не зростає і кількість виконаних ними розробок. Це свідчить про зменшення інтелектуальної складової інноваційного потенціалу. Тому, що бюджетне фінансування науково-технічної сфери неухильно зменшується, залишається низьким рівень впровадження у виробництво результатів досліджень та розробок, наука поступово перестає бути суспільно визнаною пріоритетною діяльністю держави. Відбувається незворотна втрата інтелектуального потенціалу.

Кадрова складова характеризує здатність персоналу підприємства застосовувати нові технології, реалізовувати нові організаційні і управлінські рішення, виробити нові товари. Аналіз статистичних матеріалів показує, що відбувається поступове зменшення чисельності працівників науково-дослідних організацій: 2008 р. – 2516 осіб, 2009 р. – 2121 осіб, 2010 р. – 2014 осіб. Однак кількість осіб, які мають вчений ступінь кандидата чи доктора наук, збільшується. При цьому вік близько половини докторів і близько чверті кандидатів наук перевищує 60 років. Переважна більшість фахівців мають технічну освіту. Відбувається деяке зростання частки фахівців з фізико-математичних наук.

Фінансова складова характеризує фінансове забезпечення інноваційної діяльності підприємств. Серед основних показників, що характеризують інноваційну діяльність, важливе місце займають витрати на інновації. За даними обласного управління статистики Луганської області, обсяг інноваційних витрат на інновації у 2010 р. становив 243,1 млн. грн. (у 2009 р. – 111,1 млн. грн.), з яких 80,9% профінансовано за рахунок власних коштів. В загальному обсязі витрат 35,7% складають витрати виробників коксу та продуктів нафтоперероблення, майже третину – підприємств з добування паливно-енергетичних корисних копалин. Аналіз структури витрат за напрямками інноваційної діяльності показав, що основна увага приділяється фінансуванню безпосередньо процесів впровадження нововведень, здатних у відносно короткий термін забезпечити окупність вкладених коштів. Так основні витрати припадають на придбання та впровадження машин, обладнання та установок (49,2% у загальному обсязі витрат). За останні роки чітко простежується тенденція збільшення частки витрат на придбання нових технологій, з 0,1% у загальному обсязі в 2008 р. до 20,4% в 2010 р. Але зменшилась частка витрат на придбання права власності на винаходи, корисні моделі, ліцензії, це свідчить про скорочення інноваційних розробок у промисловості, недостатній рівень новизни та конкурентоспроможності інноваційної продукції. Особливості кількісних та якісних характеристик інноваційних витрат вітчизняної економіки багато в чому визначаються умовами фінансування інновацій, що сформувалися в Україні. Головним його джерелом протягом останніх років залишаються власні кошти підприємств, на частку яких припадає майже 80,9% загального обсягу витрат на інновації, хоча порівняно з 2005 р. (93,1%) вона зменшилась.

Технологічна складова інноваційного потенціалу характеризує здатність промислових підприємств оперативно перебудовуватися, переорієнтовувати виробничі потужності і налагоджувати економічно ефективно виробництво нових продуктів, які відповідають запитам споживачів. Кількість впроваджених видів нової чи значно удосконаленої продукції склала 39 найменувань (у 2009 р. – 31 найменування). Майже половину усіх найменувань інноваційних видів продукції впровадили підприємства машинобудування, 20,5% – підприємства з виробництва харчових продуктів, напоїв, 15,4% – хімічної і нафтохімічної промисловості. Серед регіонів 46,2% усіх найменувань інноваційних видів продукції належить підприємствам міста Луганська. Кількість промислових підприємств, що впроваджували інноваційні процеси, проти 2009 р.

збільшилася в 1,7 рази, а кількість впроваджених технологічних процесів – у 2,1 рази. У 2010 р. впроваджено 29 технологічних процесів, з яких 9 – маловідходних, ресурсоберігаючих (у 2009 р. – 14 та 5 відповідно).

Ринкова складова інноваційного потенціалу відображає ступінь відповідності внутрішніх умов розвитку підприємств зовнішнім, які генеруються ринковим середовищем. На досягнення такої відповідності промисловими підприємствами Луганської області було витрачено: у 2009 р. – 20889,9 тис. грн., а у 2010 р. ці витрати збільшилися та склали 59905,9 тис. грн. Ці роботи виконували насамперед великі підприємства.

Підбиваючи підсумки, відзначимо, що науково-дослідний потенціал інноваційного розвитку підприємств Луганської області зменшується, підприємства не проводять прикладні дослідження, а розробки, які виконуються науково-дослідними і конструкторськими підрозділами промислових підприємств, мають досить низький рівень. Неоднозначною є оцінка інтелектуального потенціалу, спостерігається постійне зменшення загальної чисельності осіб, які займаються інноваційними розробками, однак кількість розробок практично не змінюється; відбувається незначне, але постійне зменшення чисельності фахівців, що займаються науково-дослідною діяльністю, а також їх фізичне старіння, що свідчить про певні проблеми з кадровою складовою інноваційного потенціалу. Великі промислові підприємства області намагаються реалізувати і розвинути наявний ринковий потенціал інноваційного розвитку, але обсяг коштів, які вони витрачають, є явно недостатнім, а малі і середні підприємства цією діяльністю практично не займаються.

Отже, слід зазначити, що промислові підприємства Луганської області зберігають значний потенціал для розвитку на основі інновацій, однак питанням мотивації інноваційної діяльності і фінансування інноваційних розробок потрібно приділяти більшу увагу як на регіональному, так і на державному рівнях, особливо розробці ефективних механізмів довгострокового кредитування підприємств-новаторів. Незважаючи на загалом незначні масштаби інноваційної діяльності, треба зауважити, що саме інновації дали змогу підприємствам, які їх упроваджували, збільшити випуск продукції і розширити свої ринки збуту.

Література

1. Наукова та інноваційна діяльність в Луганській області: Статистичний збірник // Головне управління статистики у Луганській області // Вих. № 04-22/3936 від 08.07.2011 р. – Луганськ, 2011. – 93 с.
2. Закон України «Про інноваційну діяльність» // *Енергія інновацій*. – 2004. – № 1. – С. 66-74.

УДК 346.233.433.123

В. А. Зова,

*кандидат економічних наук, доцент,
ДЗ «Донецький інститут залізничного транспорту»*

МОДЕЛЬ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Модель оцінки конкурентоспроможності потенціалу проведемо на прикладі Донецької залізниці, яка займається транспортуванням пасажирів та вантажів.

Зрівняльна характеристика середніх показників роботи залізних доріг Укрзалізниці за літній та зимній періоди наведені у таблиці 1.

На основі даних таблиці 1 проведемо оцінку порівняльних характеристик українських залізних доріг, таблиця 2.