

РЕФОРМИРОВАНИЕ МЕСТНЫХ ОБЩИН И ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ СТРАНЫ

Ведущим критерием успешности проведения муниципальных реформ в Украине должна стать конкурентоспособность украинских общин в мировом измерении, причем определенная по наиболее жестким и влиятельным правилам.

В НОМЕРЕ:

- КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ СТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ
- БИЗНЕС-ПРОЦЕССЫ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ
- РАСЧЕТ НОРМ ЗАПАСОВ В ЛОГИСТИКЕ
- МИРОВОЕ СОГЛАШЕНИЕ В ПРОЦЕДУРЕ БАНКРОТСТВА
- ИНТЕГРАЦИЯ МЕТОДОВ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

НАУЧНЫЙ ИНФОРМАЦИОННЫЙ ЖУРНАЛ
«БИЗНЕС ИНФОРМ»
№ 3 '2009 г. (364)

Выходит 1 раз в месяц

Издается с января 1992 г.

Свидетельство о регистрации
№ 7737 от 19.08.2003 г.

УЧРЕДИТЕЛЬ:

ХАРЬКОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

ИЗДАТЕЛЬ:

ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ «ИНЖЭК»

РЕДАКЦИЯ

Главный редактор: д-р экон. наук, проф.

В. С. Пономаренко

Научный редактор: д-р экон. наук, проф.

Н. А. Кизим

Зам. гл. редактора:

А. Г. Рыстенко

Выпускающий редактор:

Л. М. Либуркина

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

д-р экон. наук, проф.

Блазун И. С. (Ивано-Франковск)

д-р экон. наук, проф.

Булеев И. П. (Донецк)

академик НАН Украины,

д-р экон. наук, проф.

Долишний М. И. (Львов)

д-р экон. наук, проф.

Заруба В. Я. (Харьков)

д-р экон. наук, проф.

Иванов Ю. Б. (Харьков)

д-р экон. наук, проф.

Клебанова Т. С. (Харьков)

д-р экон. наук, проф.

Ковальчук К. Ф. (Днепропетровск)

д-р экон. наук, проф.

Орлов П. А. (Харьков)

д-р экон. наук, проф.

Тищенко А. Н. (Харьков)

д-р экон. наук, проф.

Ткаченко В. А. (Днепропетровск)

д-р экон. наук, проф.

Тридед А. Н. (Харьков)

д-р экон. наук, проф.

Христиановский В. В. (Донецк)

**В журнале могут публиковаться основные
результаты диссертационных работ по
экономическим наукам**

Журнал реферировается Книжной палатой
Украины, Институтом проблем регистрации
информации, Национальной академией
Украины (Киев), Институтом научной
информации по общественным наукам
(Москва)

**З ПЕРЕЛІКУ № 17 НАУКОВИХ ФАХОВИХ ВИДАНЬ
УКРАЇНИ, В ЯКИХ МОЖУТЬ ПУБЛІКУВАТИСЯ
РЕЗУЛЬТАТИ ДИСЕРТАЦІЙНИХ РОБІТ
НА ЗДОБУТТЯ НАУКОВИХ СТУПЕНІВ ДОКТОРА
ТА КАНДИДАТА НАУК
(Затверджено постановою президії ВАК України
від 19.01.2006 р. № 2-05/1)**

Журнал «Бізнес Інформ» (Харківський національ-
ний економічний університет МОН України)

Бюлетень ВАК України, № 2' 2006

СОДЕРЖАНИЕ

МЕХАНИЗМЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ ЭКОНОМИКИ

Райнин И. А. Реформирование местных общин как
весомый фактор экономического развития страны 3

ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ

Будник М. Н., Петров А. В. Особенности привлечения
иностранных инвестиций в экономику Украины 7

ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ

Корсун М. Г. Усовершенствование инновационной
деятельности предприятия 10
Колесник Т. Н., Дрозд А. В. Инновационная
деятельность предприятий в Украине..... 12

РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

Криворотов В. В., Калина А. В. Моделирование
устойчиво-безопасного социально-экономического
развития территорий регионального уровня 15

ЭКОНОМИКА ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Шаповалов О. В., Сергеев С. А. Этапы и особенности
становления энергетического бизнеса
(на примере ОАО «Харьковская ТЭЦ-5» 19
Колесник М. К., Ульянова А. М. Информационно-
организационный аспект оценивания
конкурентоспособности производственно-
хозяйственной структуры в машиностроении..... 25

ЭКОНОМИКА СТРОИТЕЛЬСТВА

Тищенко А. Н., Тараруев Ю. А. Оценка конкуренто-
способности предприятий строительного кластера 32

ЭКОНОМИКА СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА АПК

Пискун С. Н. Экономическая эффективность
производства свинины 36

ЭКОНОМИКА ТОРГОВЛИ И УСЛУГ

Зима А. Г. Статистические показатели
международного туризма в 2007 году 40
Луцкая Т. В. Характеристика показателей
результативности и эффективности бизнес-процессов
предприятий сферы услуг 44

ЭКОНОМИКА ТРУДА И СОЦИАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА

Лавринович М. В. Организационно-экономический
механизм продюсирования: понятие, функции, структура .. 48

ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ В УКРАИНЕ

КОЛЕСНИК Т. Н.

кандидат экономических наук

ДРОЗД А. В.

Харьков

В официальной статистике под технологическими инновациями понимаются конечные результаты инновационной деятельности, получившие воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта или услуги, внедренных на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса или способа производства (передачи) услуг, используемых в практической деятельности. От того, какое определение инноваций используется, зависят все формализуемые характеристики этого процесса. В настоящее время единого подхода к определению инновационной деятельности нет, равно как и не проводилось сплошных обследований предприятий и организаций, в которых исследовались бы инновации. Существующие оценки инновационной деятельности основываются на выборочных обследованиях большей или меньшей широты, и этим объясняется нередкое противоречие их результатов.

Инновационным является такое предприятие, которое внедряет продуктовые или процессные инновации, независимо от того, кто был автором инновации – работники данной организации или внешние агенты (внешние собственники, банки, представители федеральных и местных органов власти, научно-исследовательские организации и провайдеры технологий, другие предприятия).

Следует различать термины «нововведение» и «инновации». Инновация более широкое понятие, чем нововведение.

Инновация – это развивающийся комплексный процесс создания, распространения и использования новой идеи, которая способствует повышению эффективности работы предприятия. При этом инновация – это не просто объект, внедренный в производство, а объект, успешно внедренный и приносящий прибыль в результате проведенного научного исследова-

ния или сделанного открытия, качественно отличный от предшествующего аналога.

Научно-техническое нововведение необходимо рассматривать как процесс преобразования научного знания в научно-техническую идею и далее – в производство продукции для удовлетворения потребности пользователя. В этом контексте можно выделить два подхода к научно-техническому нововведению.

Первый подход отражает в основном продуктовую ориентацию нововведения. Инновация определяется как процесс преобразования идеи выпуска готовой продукции. Это направление распространяется в период, когда позиции потребителя по отношению к производителю достаточно слабы. Однако сами по себе продукты – не конечная цель, а лишь средство удовлетворения потребностей. Поэтому, согласно второму подходу, процесс научно-технического нововведения рассматривается как передача научного или технического знания непосредственно в сферу удовлетворения нужд потребителя. Продукт при этом превращается в носителя технологии, а форма, которую он принимает, определяется после увязки технологии и удовлетворяемой потребности.

Таким образом, инновации, во-первых, должны носить рыночную структуру для удовлетворения нужд потребителей. Во-вторых, любая инновация всегда рассматривается как сложный процесс, предполагающий изменение как научно-технического, так и экономического, социального и структурного характера. В-третьих, в инновации акцент делается на быстром внедрении новшества в практическое использование. В-четвертых, инновации должны обеспечивать экономический, социальный, технический или экологический эффект.

Остановимся на исследовании инновационной деятельности предприятия.

Инновационная деятельность предприятия направлена, прежде всего, на повышение конкурентоспособности выпускаемой продукции (услуг).

Конкурентоспособность – это характеристика товара (услуги), отражающая его отличие от товара-конкурента как по степени соответствия конкретной потребности, так и по затратам

на ее удовлетворение. Два элемента – потребительские свойства и цена – являются главными составляющими конкурентоспособности товара (услуги). Однако рыночные перспективы товаров связаны не только с качеством и издержками производства. Причиной успеха или неудачи товара могут быть и другие (нетоварные) факторы, такие, как рекламная деятельность, престиж фирмы, предлагаемый уровень обслуживания.

Вместе с тем обслуживание на высшем уровне создает большую привлекательность. Исходя из этого формулу конкурентоспособности можно представить в следующем виде:

$$\text{Конкурентоспособность} = \text{Качество} + \text{Цена} + \text{Обслуживание}.$$

Управлять конкурентоспособностью – значит обеспечивать оптимальное соотношение названных составляющих, направлять основные усилия на решение следующих задач: повышение качества продукции, снижение издержек производства, повышение экономичности и уровня обслуживания.

По существу, основа современной «философии успеха» заключается в подчинении интересов фирмы целям разработки, производства и сбыта конкурентоспособной продукции. На первый план ставится ориентация на долговременный успех и на потребителя. Руководители компаний рассматривают вопросы прибыльности с позиций качества, потребительских свойств продукции, конкурентоспособности.

Для анализа положения изделия на рынке, оценки перспектив его сбыта, выбора стратегии продаж используется концепция «жизненного цикла товара».

Одновременная работа с товарами, находящимися на различных стадиях жизненного цикла, под силу лишь крупным компаниям. Небольшие фирмы вынуждены идти по пути специализации, т. е. выбирают себе одно из следующих «амплуа»:

- † фирма-новатор, занимающаяся, прежде всего, вопросами нововведений;
- † инжиниринговая: фирма, разрабатывающая оригинальные модификации товара и его дизайн;
- † узкоспециализированный изготовитель – чаще всего субпоставщик относительно несложных изделий массового выпуска;
- † производитель традиционных изделий (услуг) высокого качества.

Как показывает опыт, небольшие фирмы особенно активно действуют в производстве товаров, проходящих стадии формирования рынка и ухода с него. Дело в том, что крупная фирма обычно неохотно идет первой на производство принципиально новой продукции. Последствия возможной неудачи для нее намного тяжелее, чем для небольшой вновь образовавшейся фирмы.

Обеспечение конкурентоспособности товара требует новаторского, предпринимательского подхода, сутью которого являются поиск и реализация инноваций.

В этой связи интересно отметить, что один из классиков экономической теории А. Маршалл считал именно предпринимательство коренным свойством, главной чертой рыночной экономики.

Главной предпосылкой инновационной стратегии является моральное старение выпускаемой продукции и технологии. По нашему мнению, каждые три года на предприятиях следует проводить аттестацию выпускаемых изделий, технологий, оборудования и рабочих мест, анализировать рынок и каналы распределения товаров.

Рассмотрим инновационную деятельность промышленных предприятий Украины.

Из данных, приведенных в табл. 1, видно, что в 2007 г. по сравнению с 2006 г. удельный вес промышленных предприятий, которые внедряли инновации, увеличился на 1,5%. Удельный вес реализованной инновационной продукции в объеме промышленной остался на одном и том же уровне 6,7% как в 2007 г., так и в 2006 г.

Освоено инновационных видов продукции на 118 единиц больше в 2007 г. по сравнению с 2006 г. Из них новых видов техники соответственно: на 95 больше. В 2007 г. по сравнению с 2006 г. Внедрено новых технологических процессов также больше на 274 единицы. Из них малоотходные и ресурсосберегающие соответственно на 210 единиц.

В заключение следует отметить, что инновация означает изменения в экономике, промышленности, обществе, в поведении покупателей, производителей, работников. Поэтому она всегда должна ориентироваться на рынок, руководствоваться его потребностями.

Для осуществления предприятием инновационной деятельности оно должно иметь такую структуру и такой настрой, которые способствовали бы созданию атмосферы предпринимательства, атмосферы восприятия новых благоприятных возможностей.

В современных условиях успешная деятельность предприятий невозможна без инноваций. ■

Инновационная активность промышленных предприятий Украины

	I квартал 2007 г.	I полугодие 2007 г.	9 месяцев 2007 г.	2007 г.
Удельный вес предприятий, кото- рые внедряли инновации %	6,8	7,5	7,9	11,5
Удельный вес реализованной инновационной продукции в объеме промышленной %	5,9	6,3	6,1	6,7
Освоено инновационные виды продукции, наименования	556	997	1426	2526
из них новые виды техники	182	413	566	881
Внедрены новые технологические процессы, процессов	202	346	499	1419
в т. ч. малоотходные, ресурсосбе- регающие	68	126	187	634
	I квартал 2006 г.	I полугодие 2006 г.	9 месяцев 2006 г.	2006 г.
Удельный вес предприятий, кото- рые внедряли инновации, %	7,9	9,4	9,0	10,0
Удельный вес реализованной инновационной продукции в объеме промышленной, %	4,8	5,8	6,3	6,7
Освоено инновационные виды продукции, наименования	677	1234	1663	2408
из них новые виды техники	220	382	537	786
Внедрены новые технологические процессы, процессов	163	355	566	1145
в т. ч. малоотходные, ресурсосбе- регающие	78	157	228	424

ЛИТЕРАТУРА

1. Медынский В. Г. Инновационный менеджмент.- М.: ИНФРА-М, 2005.
2. Хотяшева О. М. Инновационный менеджмент / О. М. Хотяшева.- Спб.: Питер, 2005.
3. Экономика предприятия / Под ред. проф. О. И. Волкова и доц. О. В. Девяткина.- 3-е изд., перераб. и доп.- М.: ИНФРА-М, 2006.
4. <http://www.ukrstat.gov.ua/>