

інноваційні стратегії // Інструменти підтримки інноваційності малих і середніх підприємств: досвід Польщі та Європейського Союзу, Познань-Київ, 2005. 4. Мікула Н. Євро регіони: досвід та перспективи // Інститут регіональних досліджень, Львів, 2003. 5. Михасюк І. Глобалізація і євро регіоналізація // Львів-Жешув, 2005.

УДК 338.657

Т.В. Кулініч, О.П. Просович
Національний університет “Львівська політехніка”

ІННОВАЦІЙНІСТЬ ОРГАНІЗАЦІЇ ЯК ОСНОВА ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДОСТАТНЬОГО РІВНЯ ЇЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ

© Кулініч Т.В., Просович О.П., 2007

Уточнено визначення інноваційності організації. Обґрунтовано вибір чинників, що її забезпечують. Розглянуто економічний зміст достатнього рівня інноваційності організації та її інвестиційної привабливості. Виділено місце і роль інноваційності організації у забезпеченні достатнього рівня її інвестиційної привабливості. З’ясовано можливості встановлення поточного і перспективного рівня оцінки інноваційності організації та їхній вплив на підвищення конкурентних якостей цієї організації в плані залучення необхідного обсягу інвестицій для її розвитку.

Determination of organization’s innovational level is specified. Choice of factors, which provided this level, is grounded. Economic maintenance of sufficient innovational level and level of investment attractiveness of organization is considered. Place and role of organization’s innovational level is shown in providing of sufficient level of its investment attractiveness. Possibilities of establishment of current and perspective level of estimation of organization’s innovational level are found out, and their influence on the increase of this organization’s competition qualities are given at the frame of bringing in the necessary volume of investments for its development.

Постановка проблеми

Організації, які постійно перебувають у розвитку, сприймають та ефективно впроваджують інновації різних видів, потребують періодичного залучення додаткових зовнішніх капіталовкладень для фінансової підтримки неперервного розвитку. З іншого боку, інвестори (зокрема стратегічні) прагнуть вкладати капітал в організації, які здатні забезпечувати стабільний розвиток через належний рівень інноваційної діяльності в них, а отже, спроможні не тільки повертати отриману суму вкладеного капіталу, але й примножувати його. Причому у організацій виникає проблема виділитись серед інших, підтвердивши свій високий рівень впровадження інновацій у діяльності і знайти інвестора, капітал якого стане підґрунтям для підтримання цього рівня. А для інвестора виникає проблема вибору такої перспективної організації серед інших, яка найбільше відповідатиме його запитам та планам.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Попередні дослідження авторів статті стосувались оцінки та регулювання інвестиційної привабливості різних суб’єктів господарювання [3], [5], [6], [7]. Певна увага у цих раніше виконаних дослідженнях вже була приділена оцінюванню інноваційного рівня організацій та можливостей його підвищення в інноваційно-інвестиційних проектах, які плануються реалізувати у цих організаціях. Проте у сучасних публікаціях з оцінки інноваційних якостей організацій, наприклад, в [1], [2], [4], не запропоновано чіткого визначення рівня інноваційності організацій. Крім того, мало уваги приділяється вивченню взаємозв’язків між цим рівнем і рівнем інвестиційної привабливості організацій. Причому не дається чіткої інтерпретації того, який рівень інвестиційної привабливості можна називати достатнім для організації. Не наводиться оцінки можливостей одночасного підвищення привабливості організації та її проектів для інвестора за умови високого рівня інноваційності її розробок та їхніх ефективних впроваджень.

Постановка цілей

Отже, основними цілями цієї статті є:

- дати уточнене трактування терміна “інноваційність організації”;
- виділити перелік чинників, що визначають інноваційність організації;
- розкрити сутність оцінки інноваційності організації на поточному і перспективному рівнях її розвитку;
- обґрунтувати підхід до визначення достатнього рівня інвестиційної привабливості організації, зокрема виділити роль і місце інноваційності організації у забезпеченні її привабливості для інвестицій.

Виклад основного матеріалу

Україна, як і інші країни СНД, йде шляхом ринкової трансформації економіки, тому для більшості вітчизняних організацій вихід з кризи пов'язаний із виробництвом і реалізацією нової продукції, не просто технічно досконалої і якісної, а такої, що потрібна споживачам, відповідає їхнім потребам і запитам, під час виробництва та реалізації якої організація зможе максимально використати свої порівняльні переваги.

Е. Кондратенко [1], узагальнюючи досвід американських фахівців, стверджує, що 49 % організацій, які є лідерами у своїх галузях за обсягами прибутку і зростання обсягів реалізації, зобов'язані своїми успіхами розробленню і виведенню на ринок нових товарів, орієнтованих на повніше задоволення запитів споживачів, тоді як у організацій-аутсайдерів лише 11 % обсягів реалізації припадає на нові товари.

У вітчизняній практиці стикаються з аналогічною проблемою. За даними Держкомстату України [2] у 2005 р. у більше ніж 90 % організацій, із тих, що впроваджують інновації, спостерігався приріст обсягів збуту і розширення ринків. Із загальної кількості організацій-інноваторів 55 % замінили застарілу продукцію на нову, більше ніж 40 % зменшили матеріалоемність і енергоємність продукції, 32 % впровадили ресурсозберігаючі екологічно орієнтовані технології. Однак загалом в Україні ситуація з впровадженням інновацій далека від оптимістичної. У 2005 р. інноваційною діяльністю не займалися більше ніж 80 % від загальної кількості промислових підприємств України. За останні роки знизився технологічний і технічний рівень розробок, про що свідчить зменшення використання у виробництві промислової продукції винаходів (патентів) – з 6087 у 2000 р. до 1614 у 2005 р. [4]. Вплив науки і науково-технічних розробок на підвищення конкурентоспроможності вітчизняних організацій практично не відзначається, незважаючи на значний науково-технічний потенціал. Так, за кількістю науковців і інженерів, що працюють у галузі НДР і ДКР, на кожен мільйон жителів (6761), Україна займає перше місце у світі, істотно випереджаючи Японію (5777) і США (3732) [6].

Необхідність концентрації зусиль вітчизняних організацій на освоєнні нових виробів і послуг (новацій) пояснюється реально відзначеним спадом виробництва традиційних товарів. Багато видів продукції не користуються попитом як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках, переважно через свою неконкурентоспроможність.

У цих умовах практично єдиним прийнятним виходом є орієнтація організацій на випуск нової продукції і пошук необхідних для цього інвестицій, що підтверджується багатьма спеціалістами [2, 3, 4]. Організаціям для подолання кризи доцільно використовувати такі механізми: відмовитися від випуску неконкурентоспроможної продукції, яка практично не реалізується; провадити активний пошук нових споживачів, ніш ринку, нових посередників; активізувати зусилля з просування товарів на ринок. Вибір напрямів для розвитку інноваційності залежить від виду економічної діяльності організації. Так, машинобудівні підприємства свій розвиток можуть забезпечити, змінивши спеціалізацію і адаптуючись до нових економічних умов; організації сервісного обслуговування, ремонту і модернізації продукції – орієнтації діяльності на задоволення запитів споживачів, виявлених у результаті маркетингових досліджень.

Розвиток суб'єктів господарювання можна забезпечити традиційними шляхами: екстенсивним та інтенсивним (науково-технічним). Проте сьогодні найпродуктивнішим є інший шлях – *інноваційний науково-технічний*, що передбачає безперервне оновлення асортименту продукції і технологій виробництва, удосконалення системи управління виробництвом і збутом. Для нього характерним є збільшення доходів, орієнтування на ринок покупця, вибіркові сегменти і ніші ринку, переважно нецінова конкуренція, різка диференціація і постійні зміни запитів споживачів, дрібносерійне та одиничне виробництво, переважання витрат на збут над витратами на вироб-

ництво, переважання частки працівників розумової праці над тими, хто працює фізично у виробництві, ситуаційний підхід до управління.

Інноваційний розвиток визначають як господарювання, що спирається на безупинні пошук і використання нових способів і сфер реалізації потенціалу організацій у мінливих умовах зовнішнього середовища у межах вибраної місії та прийнятої мотивації діяльності і який пов'язаний з модифікацією наявних і формуванням нових ринків збуту [4].

Організація, що стала на інноваційний шлях розвитку, повинна функціонувати згідно з такими *принципами: динамічності, самоорганізації, саморегуляції, саморозвитку і адаптивності, як прагнення до підтримання певного балансу зовнішніх і внутрішніх можливостей розвитку (внутрішніх спонукальних мотивів діяльності господарського суб'єкта і зовнішніх, що генеруються ринковим середовищем)*. Згідно з цими принципами повинна функціонувати і система управління інноваційним розвитком суб'єктів господарської діяльності.

Перед вітчизняними господарськими суб'єктами, що стають на шлях інноваційного розвитку в умовах ринкової трансформації економіки, постає низка проблем, пов'язаних як з загальними особливостями їхнього функціонування в цих умовах, так і з пошуком (формуванням) цільових ринків для збуту своєї продукції [9].

1. Постійні, часто непередбачувані зміни умов господарювання зумовлюють необхідність високої оперативності робіт з аналізу ринку, планування і організації виробництва на підставі результатів аналізу. Необхідно прогнозувати можливі альтернативні варіанти (сценарії) розвитку ринкової ситуації і передбачувати відповідні їм адаптаційні стратегії поведінки на ринку.

2. Скрутний фінансовий стан вітчизняних організацій обмежує розміри коштів (інвестицій), які вони можуть дозволити собі виділити на формування цільових ринків на основі інновацій.

3. Для виходу із кризи організації повинні орієнтуватися на виробництво і реалізацію нової продукції, яка з високим ступенем імовірності знайде собі споживача. Для малих і середніх організацій доцільною буде реалізація "нішової" стратегії, яка дасть цим організаціям змогу у повному обсязі реалізувати свої порівняльні переваги і нівелювати відносні недоліки.

4. Оскільки повноцінно вести конкурентну боротьбу більшість вітчизняних організацій поки що не можуть, то доцільно її уникати за допомогою своєчасної переорієнтації діяльності на інші ніші ринку. Для своєчасної переорієнтації напрямків господарської діяльності організацій необхідно використовувати структурну трансформацію економіки і ринкові можливості, які відкриваються у зв'язку з цим.

5. Високий ризик, пов'язаний з розробленням і виведенням на ринок нових товарів, ставить високі вимоги до якості робіт з виділення цільових сегментів або ніш ринку, потребує всебічного урахування різноспрямованого впливу чинників ризику, з тим, щоб максимально застрахувати себе від невдач, чи звести можливі їхні наслідки до мінімуму.

6. У аналізі альтернативних варіантів інноваційного розвитку обов'язково необхідно урахувати як можливості самої організації-виробника (її інноваційний, виробничо-збутовий, фінансовий потенціал), так і можливості її енергетичної і сировинної бази.

Розглянуті вище проблеми, пов'язані з труднощами переходу організації на інноваційний шлях розвитку, дають змогу сформулювати певні вимоги до стану інноваційності організації, а саме:

1. Для успішної (конкурентоспроможної) позиції на цільовому ринку організація має постійно перебувати в цьому стані, тобто постійно займатись розробленням інновацій і періодично їх впроваджувати.

2. В організації, що вибрала для себе такий шлях розвитку, інноваційність має стати потребою, однією з ключових цілей, навіть знайти відображення у її місії.

3. Достатність рівня інноваційності організації зумовлюється потребами ринку, конкурентною ситуацією на ньому, але може бути обмежена внутрішнім потенціалом організації.

4. Тому внутрішній потенціал (ресурсний, інвестиційний, інноваційний тощо) вимагає розвитку, для того, щоб рівень інноваційності організації став достатнім для відповідності умовам її зовнішнього оточення.

5. Інноваційність організації, на нашу думку, не має обмежуватись продукуванням, розвитком і впровадженням технологічних (продуктових) інновацій, вона має охоплювати всі внутрішні функціональні сфери діяльності цієї організації (маркетинг, фінанси, кадри і управління тощо); наприклад, реалізація маркетингової інноваційної стратегії стає зрозумілою при пошуку цільових ринків для інноваційної продукції; фінансова функціональна стратегія має бути реалізована в напрямку пошуку і оптимізації структури і вартості джерел фінансування інноваційного розвитку тощо.

6. Оскільки інноваційний вектор розвитку скеровує у певному напрямку всі зусилля організації, то її інноваційність має знайти своє відображення також у формуванні і реалізації її бізнес-стратегій, а також у зміні її корпоративної стратегії.

7. Інноваційність окремих бізнес-стратегій організації визначатиметься тим, навколо розроблення і впровадження яких інноваційних видів діяльності (видів продукції) вони будуть згруповані.

8. Інноваційність корпоративної стратегії визначається тим, що саме на цьому рівні управління організацією робиться вибір, які інноваційні види діяльності (види продукції) необхідно розвивати передовсім, в які з них необхідно спрямовувати відповідні обсяги інвестиції тощо.

Для оцінки рівня інноваційності організації на поточному рівні її розвитку треба врахувати попередні досягнення та результати цієї організації, які пов'язані з розробленням та впровадженням інновацій. Доцільним буде вивчити не тільки досягнення і позитивні результати щодо впровадження інновацій, але й невдачі. Щодо останніх, важливим аспектом, що сприятиме майбутньому розвитку організації, має стати аналіз причин невдач, а також зміцнення слабких позицій організації, які призвели до цих невдач. Також варто зупинити увагу на вивченні загроз зовнішнього оточення (з макро- і мезорівня), що не сприяли реалізації вибраних напрямів інноваційної стратегії. Окремо треба приділити увагу причинам, з яких організація, навпаки, вчасно не проявила адаптаційної спроможності і не використала можливості, що надавало їй зовнішнє оточення, а також причинам, через які вона не реалізувала вповні свої внутрішні переваги, коли цього вимагала ситуація на ринку.

Аналіз невдач при реалізації інноваційної стратегії та невикористаних ходів варто доповнити формуванням пакета інноваційних пропозицій, які не знайшли свого застосування сьогодні, але можуть бути використані в майбутніх проектах.

На мікрорівні доцільно конкретизувати варіанти дій окремого суб'єкта підприємницької діяльності з пошуку шляхів розвитку ринкових можливостей, які спираються на безупинну і послідовну розробку і виведення на ринок різного роду інновацій для забезпечення тривалого виживання і стійкого розвитку у конкурентному середовищі. Функції управління інноваційним розвитком на мікрорівні можуть бути такими [9]:

1. Аналіз зовнішнього середовища і прогнозування його розвитку.
2. Аналіз внутрішнього середовища.
3. Виявлення напрямів та варіантів інноваційного розвитку ринкових можливостей.
4. Формування цільового ринку для реалізації проектів інноваційного розвитку.
5. Виявлення напрямків та варіантів інноваційного розвитку.
6. Вибір пріоритетних напрямів інноваційної діяльності.
7. Формування організаційної структури управління інноваційною діяльністю.
8. Планування виробничо-збутової та фінансової діяльності.
9. Контроль за реалізацією проектів інноваційного розвитку.
10. Підготовка рішень про своєчасну зміну пріоритетів інноваційного розвитку.

Під час вивчення переваг і недоліків організації можуть бути виділені такі типові з них.

Сильними сторонами вважають такі: висока репутація в споживачів і партнерів; кваліфіковане, енергійне керівництво, що використовує нестандартні, творчі прийоми роботи; постійні контакти зі споживачами, діловими партнерами, торговими і збутовими посередниками; висока кваліфікація фахівців і робітників; різноманітний асортимент продукції, що випускається; сучасні виробничі потужності, що мають високу гнучкість використання; резерв виробничих потужностей і виробничих площ; конкурентоспроможна продукція і конкурентоспроможне виробництво; високий інноваційний потенціал; досвід розроблення нових видів продукції відповідно до міжнародних стандартів; надійні постачальники сировини, матеріалів, енергії, комплектування; близькість до транспортних вузлів; висока фінансова стійкість; досвід роботи на закордонний ринок.

Слабкими сторонами вважають такі: відсутність чітких стратегічних перспектив розвитку; конкурентна позиція, що погіршується, уразливість до конкурентного тиску; низька фінансова стійкість; незнання ринку; слабкі виробничі можливості; жорстка інтеграція організації; великі розміри і складність управління; застаріла продукція і технології; низька якість продукції; ненадійне постачання; незнання конкурентів; застаріле обладнання; відсутність резервів виробничих потужностей і площ; відсутність налагоджених каналів збуту продукції; складна і неефективна система управління; небажання змін з боку адміністрації, прихильність до усталених стереотипів діяльності.

Хоча інноваційність організації характеризує її поточний стан, але вона перебуває в постійній динаміці. Її рівень залежить від якості розроблення і реалізації інноваційних стратегій на всіх рівнях управління організацією (корпоративному, бізнес- та функціональних рівнях) та від якості її конкурентоспроможності самих інновацій (інноваційних продуктів, змін тощо).

Для забезпечення достатнього рівня інноваційності організації не тільки в поточному періоді, але й на перспективу, бажано спланувати як самі інновації, так і шляхи їхньої реалізації, враховуючи попередні уроки і помилки. Отже, варто буде виконати оцінку ефективності майбутніх інноваційних стратегій, насамперед, бізнес-стратегій, ґрунтуючись на результатах перспективного аналізу доцільності їхньої реалізації, ґрунтуючись на критеріях їхньої дохідності і ризикованості.

Підводячи підсумки, зазначимо таке:

- складовими успіху суб'єкта господарської діяльності, який вирішив розвиватись інноваційним шляхом, має стати наявність ринкового, інноваційного і виробничо-збутового потенціалу;
- функціональна схема інноваційного циклу розроблення і реалізації нового продукту (виду діяльності) має реалізуватися з урахуванням концепції маркетингу, що дасть змогу знизити ризик невідповідності інновацій вимогам ринку.

Під час пошуку ринкових можливостей інноваційного розвитку важливим є звернути увагу на таке:

1. Виявлення і факторний аналіз варіантів інноваційного розвитку ринкових можливостей, реалізація яких супроводжується розвитком наявних ринків (розширення реалізації наявних товарів на наявних ринках наявним групам споживачів – "глибше проникнення на ринок", реалізація наявних товарів на нових сегментах наявних ринків і нових ринках – "розширення меж ринку"), доцільно і можливо здійснювати традиційними методами маркетингового аналізу.

2. Для пошуку варіантів інноваційного розвитку, реалізація яких приводить до формування нових ринків (реалізація нових товарів наявним групам споживачів – "розроблення і реалізація нових товарів", реалізація нових товарів новим групам споживачів, на нових ринках – "диверсифікація"), доцільно застосовувати нетрадиційні методи, основані на аналізі напрямків і темпів розвитку НТП і викликаних ними змін у діях чинників зовнішнього середовища підприємницької (господарської) діяльності і внутрішнього середовища конкретного господарського суб'єкта.

Інноваційність організації є взаємозалежною від рівня її інвестиційної привабливості [5]. Під інвестиційною привабливістю організації, з урахуванням важливих чинників її формування, на нашу думку, треба розуміти динамічну характеристику цієї організації, яка дає їй змогу залучити необхідний обсяг капіталу на взаємовигідних умовах для неї і для інвестора. Рівень інвестиційної привабливості зумовлюється її територіально-галузевою належністю, активним станом її внутрішніх функціональних сфер та потенціалом його зміни.

Інноваційність та інвестиційну привабливість можна назвати взаємозалежними, по-перше, через те, що перша характеристика організації потребує для підтримання свого стану і розвитку відповідної суми інвестицій. По-друге, інвестиційна привабливість організації залежить від того, який вектор розвитку вибрала для себе ця організація. Очевидним є те, що організації з інноваційним напрямком розвитку переважають у конкурентній боротьбі як на ринку продуктів, так і на ринку інвестицій.

Інноваційність організації стає її гарантією впевненості в тому, що в необхідний для її розвитку момент вона зможе залучити необхідний і достатній обсяг інвестицій.

Під час визначення рівня інноваційної привабливості часто постає проблема встановлення достатності цього рівня. Вважаємо, що її достатність залежить від того, які вимоги ставить організація до необхідного їй обсягу інвестицій, до необхідної їй форми та від того, якого саме інвестора вона хоче залучити до співпраці на відповідний період і на відповідному етапі свого розвитку. За умови достатнього рівня інноваційності і постійного його підтримання організація починає диктувати умови і вимоги до співпраці з потенційним інвестором. А отже, у такому разі, вже не інвестор має говорити про достатність для нього інвестиційної привабливості певної організації, а, навпаки, ця організація має вказувати, який рівень її інвестиційної привабливості є для неї достатнім, щоб залучити необхідну суму інвестицій у певний момент часу.

Вивчення доцільності впровадження інновацій повинно супроводжуватись визначенням оптимального рівня інвестицій на їхнє просування, згідно з такими теоретичними положеннями (рис. 1). Однією з найважливіших складових цих інвестицій, викликаною потребами ринку, є витрати на стимулювання споживачів. Вважають, що розмір цих витрат залежить від стану споживчої готовності.

На рис. 1 подані результати аналізу, виконаного для визначення оптимального співвідношення між рівнем витрат на просування нового товару на ринок і приростом доходу. Розглядаючи альтернативні варіанти просування інновацій на ринку, варто визначити структуру споживачів за станом їхньої споживчої готовності (за допомогою опитувань споживачів) і витрати на залучення споживачів кожної з виділених груп (наприклад, методом пробного маркетингу). Це дасть змогу визначити оптимальний рівень витрат для кожного з варіантів і вибрати найкращий з них.

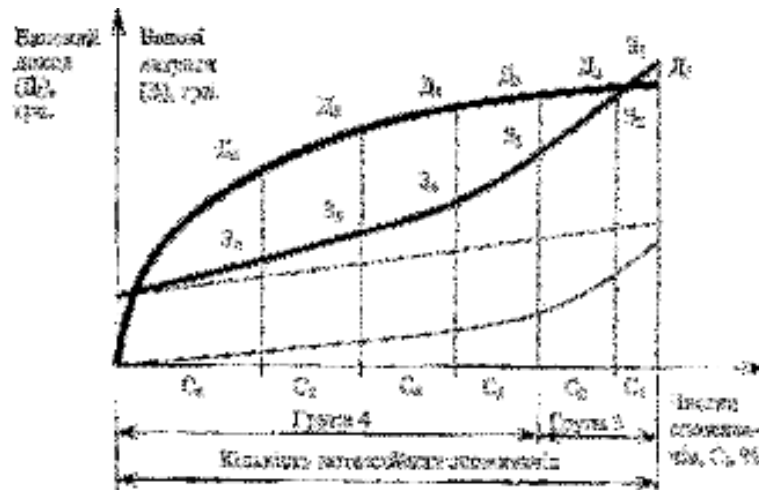


Рис. 1. Визначення оптимального рівня витрат на просування нових товарів:
 $i=1, 2...6$ – кількість груп споживачів, виділених за станом споживчої готовності;
 D_i – валовий дохід, отриманий у результаті залучення 1-ї групи споживачів;
 Z_i – шість станів споживчої готовності: поінформованість про товар (Z_1);
знання характеристик і способів використання товару (Z_2);
прихильність до товару (Z_3); перевага перед аналогами (Z_4);
упевненість у необхідності товару (Z_5); купівля товару (Z_6).

Інноваційно-інвестиційна діяльність передбачає встановлення, оцінку і управління численними ризиками. Під ризиком в інноваційно-інвестиційній діяльності (дещо перефразуючи визначення П.Г. Грабового [4]) розуміють можливість (загрозу) втрати господарським суб'єктом частини своїх ресурсів, недоотримання доходів чи виникнення додаткових витрат у результаті здійснення виробничо-збутової і фінансової діяльності, яка спирається на нові технології, нові продукти, нові способи їхньої реалізації тощо.

Під час планування і реалізації інноваційно-інвестиційних проектів доцільно враховувати і оцінювати вплив окремих інноваційних ризиків, які можна згрупувати за такими ознаками [6, 8]:

- за суб'єктами інноваційної діяльності: ризик інвестора в новації; ризик одержувача інвестицій; ризик споживача; ризик суспільства загалом;
- за формами інвестування в новації: реального інвестування; фінансового інвестування;
- за джерелами інвестування новацій: ризик інвестування з внутрішніх джерел; ризик інвестування за рахунок позикових коштів; ризик інвестування за рахунок залучених коштів;
- за механізмами інвестування новацій: ризик реінвестування прибутку; ризик інвестування за рахунок амортизаційних відрахувань; ризик інвестування за рахунок інвестиційних позик і кредитів; ризик венчурного фінансування новацій; ризик інвестування за рахунок облігацій організації.

Висновки

Отже, під інноваційністю організації, на нашу думку, треба розуміти її здатність постійно продукувати і ефективно впроваджувати інновації у всіх можливих функціональних сферах її діяльності, а також на рівні розроблення її корпоративної та бізнес-стратегій.

Оцінку інноваційності організації на поточному рівні її розвитку необхідно зосередити навколо вже досягнутих організацією результатів, що ґрунтуються на інноваціях, впроваджених у попередніх періодах. Повинні бути враховані невдачі та їхні причини, сформований пакет інноваційних пропозицій, які не знайшли свого застосування сьогодні, але можуть бути використані в майбутніх проектах. Водночас оцінка інноваційності організації на перспективному рівні її розвитку може бути зосереджена саме на визначенні доцільності реалізації майбутніх інвестиційних проектів зі значним інноваційним наповненням.

Зрозумілою є значна витратність реалізації інноваційних проектів, а отже, потреба у залученні значних інвестицій. Для організації важливо досягти оптимального для певних зовнішніх (макроекономічних) умов та для сформованих умов співпраці з інвестором рівня інвестиційної привабливості, який в статті названо "достатнім". Такий термін вжито для підкреслювання того факту, що організація передовсім має розраховувати на власні ресурси, а інвестиції залучати лише в мінімальному необхідному обсязі, обґрунтованому відповідними розрахунками щодо їхньої віддачі та окупності. Специфіка впровадження інноваційно-інвестиційних проектів полягає в їхній більшій віддачі в разі успішної

реалізації, але й одночасно у їхній більшій ризикованості: нестабільності та невпевненості в можливості своєчасно усунути розриви між поставленими цілями і досягнутими результатами. Проте, якщо організація постійно впроваджує інновації, має відпрацьований механізм їхнього введення у відповідних сферах своєї діяльності, вміє своєчасно здійснювати страхування відповідних ризиків реалізації інноваційно-інвестиційних проєктів, то вона має чіткі і конкретні конкурентні переваги не тільки на ринку товарів, але й на фондовому ринку об'єктів для приваблювання інвестицій.

Перспективи подальших досліджень

У подальших дослідженнях планується приділити більшу увагу розробленню моделі організації, яка може впроваджувати інновації з найбільшою віддачею за помірною ризику, і яка, відповідно, є достатньо привабливою для отримання необхідного для її розвитку обсягу інвестицій. Також доцільно буде зосередитись на конкретизації основних моментів розроблення організацією відпрацьованого механізму перманентного введення інновацій у відповідних сферах своєї діяльності.

1. Баранчев В.П. Измерение инновационной активности компании как ее конкурентное преимущество // Менеджмент сегодня. – № 4, 2005. 2. Жукович І.А., Ришкова Ю.О. Інноваційна діяльність в українській економіці. Сучасний стан та проблеми // Статистика України. – 2005. – №1. – С.24-28. 3. Кулініч Т.В., Українець А.І. Механізм управління інноваційним розвитком в організації // Вісник НУ “Львівська політехніка” “Проблеми економіки та управління”, 2006. – № 554. – С. 176–182. 4. Ландик В. Проведення внутрішнього корпоративних досліджень // Економіст. – 2001. – №5. – С. 38–42. 5. Петрович Й.М., Кулініч Т.В. Оптимізація інвестиційної привабливості вітчизняних підприємств як дієвий засіб активізації підприємництва в Україні // Вісник Львівського державного фінансово-економічного інституту. – Спеціальний випуск №7. – 2005. – С. 12–19. 6. Петрович Й.М., Просович О.П. Удосконалення методів оцінювання економічної ефективності інвестицій // Вісник НУ „ЛП” “Проблеми економіки та управління”. – Львів. – 2005. – № 533. – С.67-72; 7. Просович О.П. Принципи формування інвестиційної стратегії підприємства // Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку”. – Львів. – 2000. – № 405. – С.264-269. 8. Хотьшева О.М. Финансирование и оценка эффективности инноваций // Управление корпоративными финансами. – № 1. – 2004. 9. Ілляшенко С.М. Управління інноваційним розвитком: проблеми, концепції, методи. – Суми: ВТД “Університетська книга”, 2003. – 278 с.

УДК 330.341.1:332.122

Є.В. Лазарева

Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень
НАН України

СИСТЕМА ІННОВАЦІЙНИХ ХАРАКТЕРИСТИК СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНУ

© Лазарева Є.В., 2007

Запропоновано систему інноваційних характеристик соціально-економічного потенціалу регіону та методичний інструментарій їхньої оцінки для визначення сучасних проблем та перспективних напрямків його розвитку .

The system of the innovative descriptions of the socio-economic potential of the region with the purpose of the determination of the modern problems and perspective directions of his development is offered in the article.

Постановка проблеми

Структурне регулювання регіонального розвитку є складовою економічної регіональної політики держави. Цей напрямок державного регулювання формувався у зв'язку з нагромадженням регіональних соціальних та економічних проблем.

Реалії функціонування України свідчать про недостатньо високий ступінь стійкості національної економіки та її схильність до розбалансування. Сьогодні існує об'єктивна необхідність у пришвидшенні переходу до інноваційної моделі розвитку країни та її регіонів, що дає змогу не тільки ефективно ліквідувати кризові явища в економіці, але й забезпечити відчутне їхнє зростання у найближчій перспективі.