

морського транспорту, по оцінкам експертів, не можливо.

Таким образом, внутрішні протиріччя, які викликані процесами саморозвитку підприємств морехозяйственного комплексу, і різноманітні перетворення зовнішнього середовища обумовлюють необхідність їх постійного інноваційного розвитку. Необхідно визначити загальні тенденції, сформулювати прогноз, розробити стратегію інноваційного розвитку морехозяйственного комплексу України на перспективу. Українські підприємства морехозяйственного комплексу повинні розвиватися в напрямку створення високотехнологічних, екологічно безпечних, економічно ефективних і конкурентоспроможних транспортних підприємств.

УПРАВЛІННЯ ФОРМУВАННЯМ СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ-ЕКСПОНЕНТІВ

Кирилко Н.М.

Київський національний університет технологій і дизайну

Україна йде шляхом ринкової трансформації економіки. Перехід до нових економічних відносин, передбачає, що підприємства-експоненти (виробники нової продукції) самостійно повинні знаходити потенційних споживачів, орієнтувати свою діяльність на задоволення їхніх потреб і запитів.

Необхідність коригування традиційних поглядів щодо напрямків і шляхів розвитку вітчизняних підприємств-виробників визначається такими факторами: 1) прискорення темпів НТП, що призводить до швидкого оновлення асортименту продукції; 2) зниження цін з метою підвищення конкурентоспроможності; 3) процеси ринкової трансформації економіки, що відбуваються в Україні, викликають різкі зміни потреб і запитів споживачів, характеризуються різким зростанням диференціації запитів, яке викликане розширенням споживачів за рівнем доходів; 4) спостереження різкої зміни пропорцій між витратами на виробництво продукції і витратами на її збут на користь останніх; 5) зростання частки інновацій (нових технологій, нових продуктів, способів їх реалізації, організації виробництва та збуту); 6) необхідність у адаптації своєї діяльності вітчизняних підприємств-виробників до умов господарювання, зважаючи на світові тенденції розвитку. Однією з основних складових тривалого виживання виробників стає здатність запропонувати, розробити, виготовити, вивести на ринок і просувати на ньому продукти з новими споживчими якостями, але новими нетрадиційними способами (у тому числі принципово нові продукти). В ідеалі це повинні бути не просто проду-

кти, а комплекси (товари з підкріпленням за Ф. Котлером), які включають: новий продукт, передпродажний та післяпродажний сервіс, надання консалтингових послуг (консультацій) і навчання споживача (в основному для вивчення технічно складних чи принципово нових виробів) – елементи виставкової діяльності.

Все це вимагає принципово нових підходів до підготовки, управління й організації постачання і збуту, підходів, які ґрунтуються на всебічному багатофакторному аналізі кон'юнктури ринку, прогнозуванні напрямків і темпів її розвитку, у тому числі під дією факторів НТП.

Метою такого аналізу є виявлення існуючих ринкових можливостей інноваційного розвитку. *Інноваційний розвиток* – процес розвитку підприємства, що опирається на постійний пошук і використання нових способів та сфер реалізації потенціалу в умовах зовнішнього середовища в рамках його місії і вибраної мотивації діяльності та пов'язаний з модифікацією існуючих і формуванням нових ринків збуту. Інноваційний шлях розвитку пов'язаний з проблемами: дуже високий рівень ризику і спричинені з ним складнощі з пошуком джерел фінансування інновацій, особливо при загальному дефіциті фінансових ресурсів. Практично всі успішні підприємства-експоненти зобов'язані успіхом інноваціям, але далеко не всі підприємства, що займаються інноваційною діяльністю, домагаються успіху (в основному з причин високого ризику внаслідок невизначеності поведінки споживачів, непередбачуваності дій конкурентів). На рис. пропонується інноваційна стратегія розвитку підприємства-експонента.

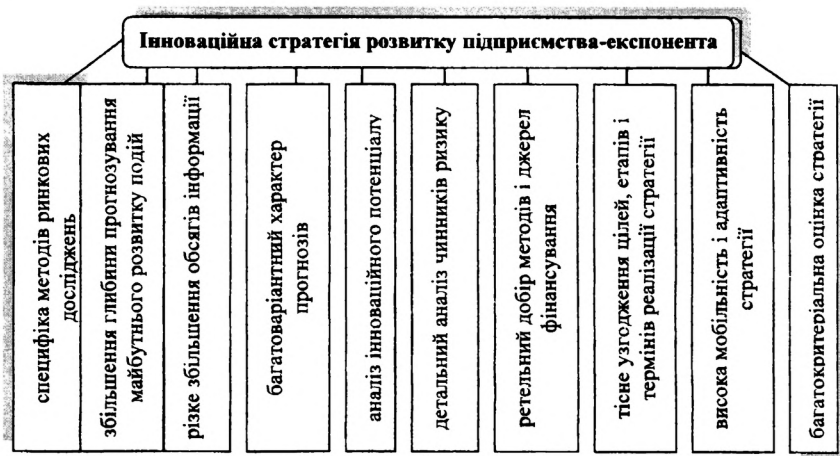


Рис. Особливості інноваційної стратегії розвитку підприємства-експонента

На сучасному етапі розвитку, враховуючи посилення інноваційних процесів в світовому економічному просторі, виставкова діяльність є однією з динамічніших сфер розвитку світової економіки, оскільки вона відіграє важливу роль у зміцненні міжнародних зв'язків, внутрішньої і зовнішньої торгівлі, розвитку інноваційних технологій та інноваційних видів продукції. Урахування зазначених особливостей дозволить цілеспрямовано формувати стратегії розвитку підприємств-експонентів, орієнтувати їх на перехід до інноваційного науково-технічного шляху розвитку в процесі досягнення стратегічних цілей.

УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМ РАЗВИТИЕМ БАНКА

Клюско Л.А., Перехрест Л.М.

Национальный университет государственной налоговой службы Украины

В настоящее время инновационность является системообразующим фактором развития всех отраслей национального хозяйства, в том числе и банковского сектора. Активизация инновационной деятельности коммерческих банков, в свою очередь, является необходимым условием повышения их конкурентоспособности как на отечественном, так и на международном рынке. Это обусловлено тем, что при несоответствии функциональных возможностей банковского сектора потребностям реальной экономики или международному уровню развития появляется необходимость формирования его новых функциональных возможностей. Разрешение этих несоответствий лежит в сфере инновационной деятельности банков.

Использование в своей деятельности инноваций обеспечивает банкам получение дополнительной прибыли от конкурентного преимущества, обусловленного использованием нововведений. Это реализуется путем последовательной инновационности институциональной среды банковской деятельности и конкретизации результатов инновационности в новом качестве банковской деятельности, соответствующей требованиям реального сектора экономики.

На современном этапе хозяйствования внедрение инноваций в банковскую сферу осложняется следующими факторами:

- в банковском секторе Украины не существует «института патентования банковских инноваций», в этой связи новшества, созданные в одном банке, могут перетекать в другой без каких-либо конструктивных изменений;
- не сформирована система инфраструктурного обеспечения банковского инновационного предпринимательства (для внедрения новшества необходимы большие затра-