

З позиції системно-функціонального підходу ТПРП є економічним явищем, що має будову і характеристики системи. Він є компонентою системи управління підприємством. Функцією трансферного потенціалу є інноваційний розвиток підприємства (ІРП). За значеннями показників, які характеризують реалізацію цієї функції, доцільно робити висновок про ефективність використання підприємством трансферного потенціалу. У системі управління організацією формування і використання ТПРП відбувається шляхом створення евристичних систем менеджменту, а саме систем інноваційного і креативного менеджменту. Виконані дослідження дозволяють стверджувати, що ці системи, залежно від рівня їхнього розвитку і стратегічних цілей організації, можуть охоплювати усі або декілька фаз інноваційного процесу. Аналізування даних підприємств показало, що організації з розвинутими евристичними системами, як правило, володіють високим рівнем ТПРП і стійкими приростами зміни значень показників ІРП.

Управління ТПРП, як конкретна функція менеджменту, повинно враховувати протиріччя, які виникають під час реалізації системою її мети, зокрема: необхідність забезпечення ліквідності та рентабельності активів суб'єктів інноваційної діяльності в умовах потреби розширення джерел їхнього фінансування; необхідність мінімізації витрат на інноваційну діяльність в умовах потреби реалізації заходів, націлених на підвищення мотивації працівників підприємств та покращання їхнього інформаційного забезпечення; збереження прав власності на підприємство, а також забезпечення його платоспроможності в умовах потреби розширювати обсяги діяльності; необхідність максимізації обсягу виробництва і збуту продукції в умовах потреби мінімізувати витрати на модифікацію продуктів чи технологій, а також при обмежених можливостях маневрувати часткою прибутку в ціні продукції.

Відсутність теоретико-методичних положень із протидії вищевказаним протиріччям є причиною зниження економічної ефективності формування і використання ТПРП.

**С.В. Князь, Н.М. Комарницька**  
Національний університет “Львівська політехніка”

## **СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ “ІННОВАЦІЯ” І СУМІЖНИХ З НИМ ПОНЯТЬ**

*© Князь С.В., Комарницька Н.М., 2011*

Підприємства сьогодні функціонують на ринку де панує високий рівень конкуренції, саме тому кожному підприємству необхідно використовувати всі можливі методи і ідеї для того, щоб зберегти існуючі, і завоювати нові конкурентні позиції. Тільки та організація, яка реалізовує інновації може сьогодні бути конкурентоспроможним. Такі вчені, як Б. Твісса, Б. Санто, Й. Шумпетер, К. Найт, Х. Барнет, давали визначення термінам «інновація», «інноваційний процес», «інноваційна діяльність», але всі вони в деякій мірі відрізнялися між собою. Проаналізувавши та узагальнивши означення різних авторів є підстави стверджувати, що інновації – це суттєво вдосконалені або абсолютно нові продукти, технології або методи управління. Щодо поняття «інноваційний процес», то під ним доцільно розуміти сукупність етапів щодо створення, впровадження, комерціалізації та дифузії інновації.

Своєю чергою, під інноваційною діяльністю доцільно розуміти діяльність щодо акумулювання креативних ідей, створення прототипів інновацій (дослідних зразків, моделей), обґрунтування доцільності їхнього практичного впровадження, в тому числі вивчення попиту на інновації, їхнє впровадження у виробництво, комерціалізації інновацій, їхнього удосконалення та модифікації тощо.

Впровадження і використання інновацій, як правило, забезпечує підприємству стійкі конкурентні позиції на ринку, що виражається у покращенні техніко-економічної діяльності підприємства, зниженні собівартості виготовленої продукції і наданих послуг, збільшенні доходу підприємства тощо. Стрімкий розвиток інноваційної діяльності дає можливість організаціям впроваджувати нові методи виготовлення продукції, тобто використовувати нове, економічно вигідне устаткування, нові ресурси, які за своїми якісними параметрами аналогічні попереднім, провести автоматизацію певних етапів виготовлення продукції. Всі ці заходи допомагають підприємству знизити собівартість виготовлення, а відповідно і знизити ринкову ціну товарів і послуг, що в свою чергу дозволить втримати існуючих споживачів і привернути увагу нових. Як результат, підприємство стає більш конкурентоспроможним і не виникає загрози його існуванню.

Для того, щоб забезпечити ефективність використання інновацій, можна використовувати різні підходи до управління інноваційною діяльністю: системний, маркетинговий, функціональний, відтворювальний, нормативний, комплексний, динамічний, інтеграційний, процесійний, кількісний, адміністративний, поведінковий, ситуаційний підходи. Проведені дослідження дозволяють стверджувати, що найбільш перспективним є застосування системного підходу в управлінні інноваційною діяльністю. Аргументами на користь цього твердження є: по-перше, системний підхід дозволяє розробити і впровадити в організації постійно діючі традиції і правила розвитку; по-друге, системний підхід уможливує ідентифікування причинно-наслідкових зв'язків між вже досягнутим і очікуваним станом технологій, якості продукції, професійністю кадрів тощо; по-третє, системний підхід в управлінні інноваційною діяльністю дозволяє набувати конкурентних переваг не шляхом випадкових, локальних оновлень технологічних процесів і товарних рядів, а шляхом впровадження постійних змін, які виводять підприємство із зони учасника конкурентної боротьби у зону піонера-монополіста, який пропонує продукти, аналогів яких на ринку не існує.

1. Краснокутська Н.В. *Інноваційний менеджмент* / Н.В. Краснокутська. – К.: КНЕУ, 2003. – 504 с. 2. Волков О. І. *Інноваційний розвиток промисловості України* / О. І. Волков, М. П. Денисенко. – К.: КНТ, 2006. – 648с.

**К.С. Коваленко**

Національний університет “Львівська політехніка”

## **ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ МЕТОД ВИХОДУ НА МІЖНАРОДНИЙ РИНОК**

© Коваленко К.С., 2011

Сучасний стан економіки постійно перебуває в процесі руху та змін. Зростання конкуренції на внутрішньому ринку спонукає суб'єктів господарювання до пошуку нових ринків збуту. Основні методи для досягнення конкурентоспроможності підприємств вичерпують себе протягом певного періоду і для стійкого збереження конкурентних позицій підприємствам необхідно постійно вдосконалювати та змінювати способи реалізації.

Конкурентна боротьба веде до зниження цін, наслідком якого є втрата частини прибутку підприємств. Для недопущення цього, підприємства змушені шукати нові ринки збуту та форми роботи. Одним з таких є ринок іншої держави, або навіть держав.

З даної теми було розглянуто роботи таких авторів як Котлер Ф., Кандиба А.М., Дідівський М.І., Циганкова Т. М. що детально описують різні методи виходу на міжнародні ринки. Проте всіх їх можна віднести в групу так званих „класичних” методів, використання яких в сучасних умовах