

діяльності підприємства із таких двох: емісія акцій та банківський кредит. Проведене дослідження показало, що із збільшенням частки коштів від емісії акцій у структурі джерел фінансування інвестиційного проекту розвитку підприємства середній прибуток його теперішніх власників зменшується, але й одночасно зменшується рівень коливання їх прибутку (тобто різниця між верхньою та нижньою його межею). І, навпаки, із зменшенням частки коштів від емісії акцій у структурі джерел фінансування інвестиційного проекту розвитку підприємства середній прибуток його теперішніх власників збільшується, але й одночасно збільшується рівень коливання їх прибутку.

З урахуванням викладеного, послідовність знаходження раціонального співвідношення між коштами від емісії акцій та банківським кредитом як джерелами фінансування інвестиційних проектів містить такі основні етапи: 1) прогнозування нижньої та верхньої меж коливання прибутку теперішніх акціонерів підприємства після реалізації інвестиційних проектів за усіх можливих значень показника структури джерел коштів; 2) вибір критерію оптимізації структури джерел інвестування як функції від нижньої та верхньої меж коливання прибутку теперішніх акціонерів; 3) встановлення обмеження щодо ступеня ризикованості інвестиційної діяльності шляхом вибору мінімально можливого рівня нижньої межі коливання прибутку; 4) визначення раціональної структури джерел фінансування.

Використання розробленого підходу до раціоналізації структури джерел інвестування дозволить підвищити ступінь формалізації прийняття фінансовими менеджерами підприємств відповідних управлінських рішень щодо регулювання фінансового забезпечення реалізації інвестиційних проектів.

1. Федоренко В.Г. Інвестування: Підручник / В.Г. Федоренко. - К.: Алеута, 2006. – 443 с. 2. Майорова Т.В. Інвестиційна діяльність / Т.В. Майорова. – К.: ЦУЛ, 2003. – 376с.

Лук'янович А.С.
студ. групи ЕП-12

Науковий керівник – к.е.н., доц. Мрихіна О.Б.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ

Підприємство є конкурентоспроможним, якщо вміє вчасно реагувати на зміни потреб споживачів, оперативно і якісно їх задовольняючи. Конкурентоспроможність підприємств обумовлюється їх активною інноваційною діяльністю, стимулюванням і розвитком наявного інноваційного потенціалу (ІП).

ІП є так-званою «мірою готовності» підприємства здійснювати інноваційну діяльність. Своєю чергою, ІП залежить від забезпеченості підприємства різними видами ресурсів, що необхідні для інноваційного

розвитку. Переважна більшість науковців зазначає, що структуру ІІ складають такі види ресурсів:

- інтелектуальні (технологічна документація, винаходи, патенти, ліцензії, корисні моделі, промислові зразки);
- матеріальні (дослідно-приладова база, обладнання, тощо);
- фінансові (власні, позикові, інвестиційні тощо);
- кадрові (лідер-новатор, зацікавлений в інноваціях, кваліфікований персонал тощо);
- інфраструктурні (конструкторський відділ, відділ головного технолога, відділ маркетингу нової продукції, лабораторія контролю якості продукції тощо);
- додаткові джерела (партнерські та особисті зв'язки співробітників з НДІ та ВНЗ, інформаційний відділ, стратегічне управління підприємством тощо).

ІІ є складовою частиною категорії вищого рівня – потенціалу інноваційного розвитку. Відповідно до цього, його складові розподілені між, власне, інноваційним, ринковим та виробничо-збутовим потенціалами. ІІ включає матеріальні та нематеріальні складові, які у взаємозв'язку сприяють виникненню інноваційної діяльності. Зміни у співвідношенні складових ІІ ведуть до змін у перебігу інноваційної діяльності.

Визначати ІІ підприємству необхідно для чіткого розуміння бізнесу та прийняття адекватних управлінських рішень. Відсутність визначення ІІ призводить до запізнення продукування інновацій та подальшого послаблення конкурентоспроможних позицій підприємства.

Переважає більшість авторів, для оцінювання ІІ підприємства та управління ним застосовує категорійний апарат, що включає обґрунтування кожної складової ІІ. Нині, при дуже швидкому розвитку високих технологій та суттєвому скороченні тривалості освоєння інновацій, на ІІ визначальний вплив чинить достатність фінансово-економічних ресурсів підприємства – для забезпечення ефективності інноваційної діяльності.

Важливість оцінювання ІІ полягає в тому, що обґрунтовані величини показників, які є в його структурі, відображають можливості і загрози підприємства щодо розробки і впровадження інновацій. З огляду на це, наявність необхідних ресурсів, обґрунтування їхньої потреби для здійснення інноваційної діяльності виступають першочерговими чинниками формування ІІ, сприяють посиленню конкурентних позицій вітчизняних підприємств як на українському, так і на міжнародному ринках.

Моніторинг і оцінювання ІІ в комплексі мають давати чітку картину щодо складу ресурсів підприємства, які будуть використані для певного виду інноваційної діяльності. Розроблення на основі цього шляхів розвитку ІІ сприятиме покращенню його показників, а це, відповідно, позитивно впливатиме на ефективне провадження підприємством інноваційної діяльності.

Нині існує низка проблем щодо реалізації ІІ вітчизняними підприємствами, зокрема:

- проблема мотивації інтелекту;
- дефіцит фінансових ресурсів;
- недостатність нормативно-правової бази щодо стимулювання ІІ, недостатність методик з оцінювання ефективності інновацій;
- неефективність трансферу технологій; проблеми з матеріально-технічною базою для проведення НДДКР;
- недостатність різних видів підтримки інноваційної активності;

Отже, серед шляхів розвитку ІІ насамперед доцільно відзначити стимулювання накопичення об'єктів інтелектуальної власності, співпрацю з вітчизняними та зарубіжними НДІ, удосконалення мотиваційної політики та покращене фінансування інноваційної діяльності тощо.

Визначення ІІ є базою для вибору інноваційної стратегії підприємства. Підвищення рівня ІІ забезпечуватиме зростання конкурентоспроможності продукції, оновлення інноваційних технологій, досягнення високого технологічного рівня підприємства.

Лук'янович М.С.

студ. групи ЕП-12

Науковий керівник – к.е.н., доц. Мрихіна О.В.

ТЕОРЕТИЧНІ І ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЙ ЦІНОУТВОРЕННЯ

Під стратегіями цінової політики розуміють конкретні рішення, пов'язані зі встановленням цін [1]. Ефективність формування стратегій цінової політики позначається на всіх сторонах економічної діяльності підприємства. Від обрання тієї чи іншої стратегії, і навіть від способу її формування залежить конкурентоспроможність продукції, прибутковість підприємства. Водночас, обрання Україною інноваційного типу розвитку вимагає від підприємств стимулювання інноваційної діяльності, розроблення перспективних продуктів і технологій. Своєю чергою, це зумовлює розроблення нових, більш придатних стратегій цінової політики, які би враховували інноваційний поступ підприємств. [2]

Формування стратегій ціноутворення – це не лише наука, це мистецтво, адже, формуючи ціну, необхідно враховувати такі багатоаспектні фактори, як: рівень попиту, його обсяг і динаміку, платоспроможність покупця та його сім'ї, зацікавленість споживачів у пропонованому товарі, структуру витрат підприємства тощо.

Розробка цінової стратегії підприємства – процес, що періодично оновлюється. Отже, для цінової стратегії притаманна гнучкість, її перегляд практично на кожній стадії життєвого циклу продукції.

Переважаюча більшість науковців виділяють такі основні цілі цінової політики підприємств, на яких базується вибір цінової стратегії:

- забезпечення виживання;