

5. Журавльова Ю. Класифікація зовнішніх факторів впливу та платоспроможності підприємства // Вісник ХНТЕУ. – 2005. – № 4. – С. 60–68.
6. Бондарева А. Кількісно-якісна оцінка ліквідності підприємства // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 11. – С. 50–56.
7. Мицак О. В. Ліквідність як елемент фінансового управління діяльністю підприємства // Фінанси України. – 2003. – № 10. – С. 62–66.
8. Федоренко В. Г., Прохода С. В., Чепінога В. І. Показники фінансової стабільності й інтенсивності використання капіталу підприємства // Фондовий ринок. – 2009. – № 19. – С. 18–22.
9. Пахомов А. П. Некоторые методы оценки финансово-экономического состояния предприятия // Экономика и математические методы. – 2012. – № 1. – С. 57–66.
10. Мних Е., Біленька Н. Оцінка фінансового стану підприємства за умов застосування методів точкової статистичної експертизи // Бух. Облік і аудит. – 2008. – № 2. – С. 27–31.
11. Киселев А. П. Теория и практика современного бизнеса. – К. : ЛИБРА, 2010. – С. 91.
12. Козацький В. П. Окремі питання зростання доходів держави і підприємств // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 11. – С. 50–56.
13. Василюк О. Д. Державні фінанси України. – К. : Вища школа, 2009. – С. 322.
14. Коробов М. Я. Фінанси промислового підприємства. – К. : Либідь, 2011. – С. 15.

УДК 330.341.1:336(77)

Драчук Ю.З.
*доктор економічних наук, старший науковий співробітник,
провідний науковий співробітник відділу проблем
перспективного розвитку паливно-енергетичного комплексу,
Інститут економіки промисловості НАН України*

Трушкіна Н.В.
*молодший науковий співробітник відділу проблем
перспективного розвитку паливно-енергетичного комплексу,
Інститут економіки промисловості НАН України*

ЛОГІСТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ФУНКЦІОНУВАННЯ ВУГІЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

LOGISTICS APPROACH TO INNOVATION STRATEGY OF OPERATION COAL ENTERPRISES

Дослідження виконано в рамках науково-дослідної роботи Інституту економіки промисловості НАН України «Розвиток інституціонального середовища промислового виробництва з урахуванням галузевої специфіки» (№ держреєстрації 0113U004371).

АНОТАЦІЯ

Запропоновано логістичні підходи до формування та реалізації інноваційної стратегії функціонування підприємств вугільної промисловості. Визначено механізми логістичного забезпечення формування інноваційної стратегії вугільних підприємств, які відповідатимуть сучасним умовам господарювання.

Ключові слова: інноваційна стратегія, логістичний підхід, логістичне забезпечення, вугільне підприємство.

АННОТАЦИЯ

Предложены логистические подходы к формированию и реализации инновационной стратегии функционирования предприятий угольной промышленности. Определены механизмы логистического обеспечения формирования инновационной стратегии угольных предприятий, которые соответствуют современным условиям хозяйствования.

Ключевые слова: инновационная стратегия, логистический подход, логистическое обеспечение, угольное предприятие.

ANNOTATION

The paper logistical approaches to creating and implementing innovative strategies for functioning of the coal industry. The mechanisms of logistical support to the formation of an innovation strategy of coal enterprises that corresponds to modern economic conditions have been identified.

Key words: innovation strategy, logistical approach, logistical support, coal enterprise.

Постановка проблеми. У сучасних умовах господарювання вугільних підприємств актуальною залишається проблема формування та

реалізації інноваційної стратегії їх розвитку з використанням маркетингових і логістичних інструментів. Це обумовлено необхідністю забезпечення зростання рівня конкурентоспроможності підприємств вугільної промисловості на основі реалізації інноваційних стратегій.

На думку вчених Національного університету «Львівська політехніка», «домінування технічного та технологічного підходів в управлінні інноваційним потенціалом промислових підприємств спричиняє недовикористання потенціалу організаційно-управлінських інновацій у стратегічному розвитку підприємства. Це обумовлює потребу в застосуванні положень і процедур системного підходу до формування інноваційного потенціалу промислових підприємств, розширенні поля досліджень інноватики сферами дистрибуції та просування інновації, розробки маркетингово-логістичної концепції інноваційного розвитку промислового підприємства» [1, с. 121; 2, с. 37].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми формування ефективної інноваційної стратегії розвитку вугільної промисловості знаходяться в центрі уваги науковців. Дослідження провідних учених є науковим підґрун-

тям для розробки пропозицій щодо підвищення рівня інноваційного потенціалу, формування та впровадження інноваційної стратегії модернізації вугільного виробництва. У зв'язку з цим необхідність пошуку нових підходів до формування інноваційної стратегії функціонування підприємств вугільної промисловості із застосуванням логістичного інструментарію є об'єктивною реальністю.

Постановка завдання. Таким чином, зростаюче значення здійснення інноваційної діяльності вугільних підприємств зумовили необхідність проведення подальших досліджень щодо формування та реалізації інноваційної стратегії на основі інтеграції маркетингових і логістичних підходів, які відповідатимуть сучасним умовам господарювання, що стало і метою даного дослідження.

Виклад основного матеріалу дослідження. Звісно, що логістичний продукт, як відзначається в [2, с. 57], розглядається як «предмет переміщення в логістичному каналі».

Головним завданням логістичної діяльності вугільних підприємств на інноваційній основі є забезпечення їх конкурентоспроможності в інституціональному середовищі за допомогою управління потоковими процесами. Логістика є універсальним інструментом управління ланцюжком створення вартості [3, с. 98]. Це дозволяє скоординувати та оптимізувати матеріальні та інформаційні потоки таким чином, щоб, проходячи весь шлях, починаючи від первинного джерела сировини і закінчуючи доставкою кінцевого продукту споживачу, мати найменшу кількість втрат і збитків, які заважають створенню нової цінності. Використання логістичного підходу дозволяє матеріальні та інформаційні потоки побудувати таким чином, щоб усі функції підприємства виконувалися злагоджено, як єдине ціле.

Формування та реалізація інноваційної стратегії промислових підприємств у значній мірі залежить від розвитку інноваційного середовища, яке формується вибірково в певних географічних регіонах, тому доцільно говорити про існування і розвиток певних осередків інноваційного середовища. Особливістю інноваційного середовища є його здатність генерувати синергію, тобто додана вартість отримується не тільки з кумулятивного ефекту від діяльності суб'єктів, які функціонують у середовищі, а й з їх взаємодії між собою [4, с. 103-104].

Як зазначають О.Б. Мних та О.С. Костюк, «стосовно стратегії інновацій необхідно виходити з того, що формулювання стратегії підприємства – це насамперед пошуки інновацій. Оскільки логістика є однією із сфер діяльності підприємства, то концентрація уваги на ній може принести певні переваги на ринку у формі тимчасової чи часткової монополістичної позиції: логістичні рішення стосовно нових виробів (нові логістичні продукти), географічних ринків, постачальників... Стратегія логістичного (інтегрованого) ланцюга поставок як концепція

сучасного логістичного управління дозволяє досягнути інтеграції і кооперації учасників ланцюга поставок, скоротити загальний цикл та загальні витрати» [5, с. 60].

На думку М.Г. Білопольського, «основна увага в інноваційному управлінні підприємством повинна приділятися виробленню стратегії інновації та заходів, спрямованих на їх реалізацію. Розробка і поширення інновацій є пріоритетним напрямом стратегії підприємства, оскільки визначає всі інші напрями її розвитку. Особливістю сучасного етапу розвитку інноваційної діяльності підприємств є створення підрозділів, які поєднують процес дослідження і виробництва. Це припускає наявність тісного зв'язку всіх етапів циклу «наука – виробництво». Створення цілісних науково-виробничо-збутових систем об'єктивно закономірно обумовлено науково-технологічним прогресом і потребами ринкової орієнтації підприємств» [6, с. 127].

Інноваційна стратегія – це «суперстратегія (надстратегія), яка визначає зміст усіх інших стратегій підприємства. Вона має орієнтуватися на передбачення глобальних змін в економічній ситуації на підприємстві та навколо нього, а також стосуватися прийняття рішень, спрямованих на зміцнення ринкових позицій і стабільний розвиток підприємства за рахунок інновацій» [7, с. 46].

Згідно з цією парадигмою, стратегія інновацій – це «логічна система орієнтації підприємства на пропонування інновацій (а на більш глибокому рівні – на інвестиції в інновації) за різними факторами... Вона визначає напрями, сприятливі умови і можливості для інноваційного процесу та інноваційної діяльності на підприємстві з метою сприяння розвитку та отримання ефективного результату» [7, с. 47].

Інноваційна стратегія підприємства має такі складові [8, с. 37]:

- ринкова, яка визначає ринкову спрямованість інноваційного розвитку підприємства (ринкову спрямованість інновацій на підприємстві), – спрямування інновацій щодо новизни, географічного аспекту, масштабу ринку, позиції на ринку, можливостей впливу підприємства на ринку;

- продуктова (товарна), що визначає продуктову спрямованість інноваційного розвитку підприємства (продуктову спрямованість здійснення інновацій на підприємстві), – стратегія вдосконалення традиційного продукту, стратегія розробки та виготовлення нових видів продукції;

- процесова, яка визначає процесову спрямованість інноваційного розвитку підприємства (спосіб здійснення інноваційного розвитку підприємства), – стратегія розробки новітніх продуктів та їх упровадження на підприємстві; стратегія розробки новітніх продуктів, їх упровадження на підприємстві з одночасного продажу права на їх використання іншим суб'єктам господарювання; стратегія розробки новітніх продуктів підприємством та

видачі ліценцій іншим підприємствам на їх використання без власного використання; стратегія продажу патентів іншим підприємствам на певні види інноваційної продукції;

конкурентна, що визначає спрямованість інноваційного розвитку (забезпечення) конкурентоспроможності підприємства, – інноваційна стратегія орієнтації на диференціацію; стратегія першочергової орієнтації на мінімізацію витрат на виготовлення продукції за рахунок впровадження певних технологічних інновацій; інноваційна стратегія орієнтації на оптимізацію витрат; інноваційна стратегія орієнтації на інше співвідношення рівня собівартості, якості та асортименту продукції;

ресурсна, яка визначає спрямованість інноваційного ресурсного забезпечення конкурентоспроможності підприємства, – стратегія орієнтування на інноваційні матеріальні, трудові ресурси, інноваційні технології, використання комбінації інноваційних ресурсів.

Основу вироблення інноваційної стратегії становлять теорія життєвого циклу продукції, ринкова позиція підприємства та науково-технологічна політика. Виділяють такі типи інноваційних стратегій [9, с. 76]:

- наступальна – характерна для підприємств, які ґрунтують свою діяльність на принципах підприємницької конкуренції; вона властива малим інноваційним підприємствам;

- оборонна – спрямована на те, щоб утримати конкурентні позиції підприємства на вже наявних ринках; її головна функція полягає в активізації співвідношення «витрати / результат» в інноваційному процесі, що вимагає значних НДДКР;

- імітаційна – використовується підприємствами, що мають сильні ринкові та технологічні позиції, а також які є піонерами у випуску на ринок тих чи інших нововведень.

Головне завдання інноваційної діяльності вугільних підприємств на основі використання маркетингових і логістичних інструментів пов'язано з забезпеченням їх конкурентоспроможності в інституціональному середовищі за допомогою управління потоковими процесами. При формуванні інноваційної стратегії розвитку вугільного підприємства має використовуватися науково обґрунтована концепція модернізації підприємства, яка враховує особливості інноваційної діяльності підприємства, його положення на ринку та вплив чинників зовнішнього середовища.

Рядом науковців запропоновано застосування кластерного підходу до формування інноваційної стратегії розвитку вугільної галузі. Вони стверджують, що «кластерний підхід як альтернатива традиційній галузевій, промисловій політиці є ефективним інструментом підвищення конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості території. Міжнародний досвід формування й розвитку регіональних кластерів демонструє ефективність такого підходу.

Наприклад, частка ВВП США, виробленого в кластерах, складає 61%» [10, с. 15].

До переваг створення вугільного кластеру можна віднести [10, с. 18]:

- забезпечення збалансованості попиту і пропозиції за рахунок реалізації цільової програми діяльності, що охоплює споживачів, виробників і постачальників;

- зниження собівартості вугілля за рахунок збільшення видобутку шляхом оновлення основних фондів (модернізація і заміна застарілого устаткування, механізація лав), а також закупівлі устаткування напряму у виробників;

- можливість придбання устаткування в лізинг через банки;

- поліпшення якості вугілля за умови співпраці зі збагачувальними фабриками;

- зниження витрат на електроенергію на умовах бартеру;

- збільшення прибутку внаслідок підвищення цін на вугілля, за умови невтручання держави в цінову політику;

- реалізація інтеграційних бізнес-можливостей і масштабних, і малих підприємств та фірм різних форм власності, що працюють для досягнення єдиної мети – виробництво та збут у необхідній кількості якісного вугілля для споживачів;

- можливість злагодженої роботи в межах економічного компромісу та взаємодії конкуруючих суб'єктів господарської діяльності;

- самофінансування учасників кластеру та створення стабільних робочих місць тощо.

Оскільки ключовим елементом концепції інноваційного розвитку є ланцюг створення вартості як для споживача, так і для самого підприємства, активне застосування маркетингових і логістичних підходів, які розширюють можливості створення споживчої цінності інновації, дозволяє отримувати конкурентні переваги та формувати сегмент лояльних споживачів інноваційної продукції.

Маркетингове забезпечення формування інноваційної стратегії розвитку вугільних підприємств дозволяє налагодити необхідний рівень комунікації із споживачами вугільної продукції, виявляти їхні потреби ще на етапі створення інновації, що сприяє виходу на ринок саме з тією інновацією, на яку існує або може бути сформований попит відповідного рівня якості та обслуговування.

Маркетингові дослідження ринків вугільної продукції дають можливість виявити незадоволені потреби споживачів і генерувати ідею інновації. Добір відповідних складових комплексу маркетингу сприятиме адаптації розробленої інновації до потреб ринку.

Формування ринкового попиту на нововведення обумовлює необхідність застосування таких маркетингових прийомів, як активна збутова діяльність вугільних підприємств та просування нововведення на етапі виходу на ринок.

Роль логістичного забезпечення формування інноваційного потенціалу вугільного підприємства полягає у забезпеченні логістичної придатності інновації, а саме: відповідності вимогам логістичного управління, забезпеченні ефективності інноваційної діяльності підприємства на основі мінімізації витрат ресурсів і часу, формуванні партнерських стосунків з постачальниками матеріальних ресурсів і споживачами на основі логістичних ланцюгів.

Логістична концепція розширює корисні властивості інновацій логістичною придатністю, що дозволяє значно скоротити витрати на придбання матеріальних ресурсів, опрацювання замовлень, обслуговування споживачів інноваційної продукції.

Логістичний підхід дає змогу розробити чітку інноваційну стратегію розвитку вугільного підприємства, яка має відповідати головній меті їх функціонування, за такими основними етапами (рис.):

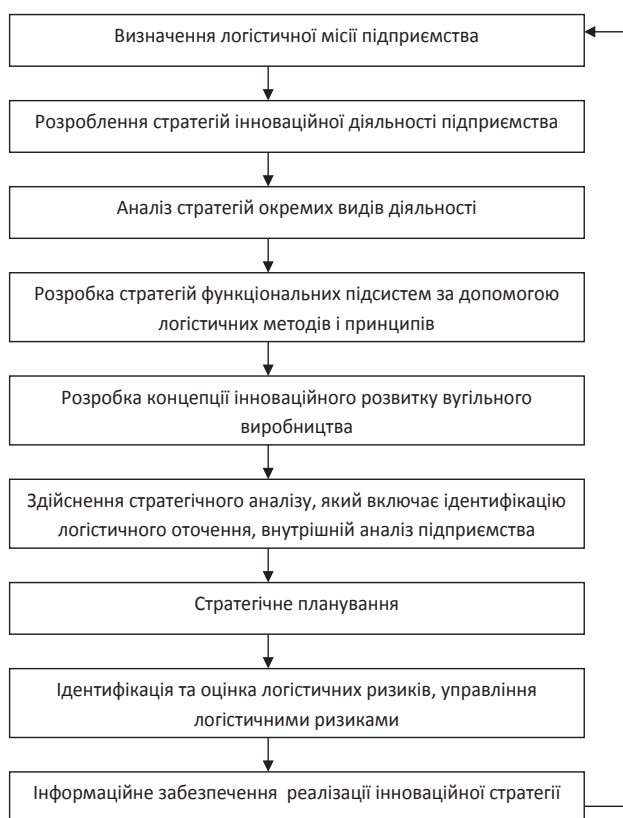


Рис. Логістичний підхід до формування інноваційної стратегії розвитку вугільного підприємства

Логістичне забезпечення формування інноваційної стратегії підприємств вугільної промисловості можливе при реалізації таких механізмів: зосередження значних ресурсів у стратегічно важливих видах інноваційної діяльності; реінжиніринг бізнес-процесів для логістичного забезпечення реалізації інноваційної стратегії; удосконалення інформаційної системи забезпечення логістичних бізнес-процесів;

бюджетування та економічна оцінка інноваційної стратегії; формування корпоративної культури відповідно до обраної інноваційної стратегії; ув'язування системи мотивації та стимулювання з досягненням стратегічних цілей; інтеграція діяльності вугільних підприємств з іншими підприємствами у кластери; диверсифікація виду діяльності; адаптація структури управління вугільними підприємствами з орієнтацією на логістичні бізнес-процеси.

Висновки. Доведено існування зв'язку між впровадженням технологічних інновацій на вугільних підприємствах та розміром логістичних витрат, а також необхідність участі менеджерів з логістики в розробці інновацій. Фахівці з логістики мають забезпечувати виробничий відділ вугільного підприємства даними щодо логістичних витрат, які будуть виникати при дистрибуції кожного з альтернативних варіантів інновації, а також витрат на матеріально-технічне забезпечення впровадження цих інновацій та їх обслуговування. Використання логістичних підходів і принципів на кожному з етапів розробки та створення інновацій дозволяє створювати логістично придатні інновації з високою споживчою цінністю.

На сучасному етапі важливою є орієнтація господарської діяльності вугільних підприємств на інноваційний тип розвитку, формування та використання інноваційного потенціалу підприємств. Ефективне рішення даної проблеми для досягнення стійких конкурентних переваг, максимізації показників прибутковості та підвищення рівня обслуговування споживачів потребує наявності дієвого логістичного забезпечення ринкових можливостей, технологічної модернізації підприємства.

Впровадження логістичних підходів до формування та реалізації інноваційної стратегії функціонування вугільних підприємств сприятиме підвищенню динаміки обсягу реалізації інноваційної продукції; скороченню частки виробничої собівартості до чистого доходу за рахунок зниження витрат при впровадженні інноваційних технологій; оптимізації витрат на інноваційне забезпечення; збільшення частки ринку та рівня задоволеності споживачів; зростання кількості постійних споживачів за рахунок збільшення довгострокових договорів; підвищення рівня мотивації працівників, що залучаються в інноваційну діяльність підприємства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Чухрай Н. Інновації та логістика товарів : монографія / Н. Чухрай, Р. Патора. – Львів : Нац. ун-т «Львівська політехніка», 2001. – 262 с.
2. Чухрай Н. Формування інноваційного потенціалу підприємства: маркетингове і логістичне забезпечення : монографія / Н. Чухрай. – Львів : Нац. ун-т «Львівська політехніка», 2002. – 315 с.
3. Линиченко Д. С. Логистические подходы к совершенствованию процессов формирования и реализации инновационного потенциала промышленного предприятия / Д. С. Линиченко // Российское предпринимательство. –

2011. – № 12. – Вып. 2 (198). – С. 97-102.
4. Крикавський Є. Промисловий маркетинг / Є. Крикавський, Н. Чухрай. – Львів : Нац. ун-т «Львівська політехніка», 2005. – 334 с.
5. Мних О. Б. Формування конкурентної стратегії підприємства на засадах маркетингу та логістики / О. Б. Мних, О. С. Костюк. – С. 52-61 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ena.lp.edu.ua>. – Назва з екрану.
6. Білопольський М. Г. Пріоритетні напрями управління інноваційним потенціалом підприємств України в умовах глобалізації / М. Г. Білопольський // Науковий вісник. Фінанси, банки, інвестиції. – 2012. – № 6. – С. 126-129.
7. Ковтун О. І. інноваційні стратегії підприємств: теоретико-методологічні засади / О. І. Ковтун // Економіка України. – 2013. – № 4. – С. 44-56.
8. Ковтун О. Інноваційні стратегії для вітчизняних підприємств / О. Ковтун // Економіст. – 2012. – № 11. – С. 31-38.
9. Захарченко В. І. Державна підтримка інноваційної діяльності промислових підприємств / В. І. Захарченко, М. М. Меркулов, Л. Д. Глущенко // Прометей. – 2013. – № 1. – С. 73-81.
10. Заречнев А. М. Кластерний підхід в інноваційній стратегії розвитку вугільної галузі України / А. М. Заречнев, В. О. Ланговой, Г. В. Обоянцева // Економічний вісник Донбасу. – 2012. – № 3 (29). – С. 15-18.

УДК 332.14

Іртищева І.О.

*доктор економічних наук, професор,**Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова*

Стройко Т.В.

*кандидат економічних наук, доцент,**Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського*

ФОРМУВАННЯ ДЕРЖАВНОЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ НЕОЛІБЕРАЛЬНОЇ МОДЕЛІ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

FORMATION OF STATE INVESTMENT POLICY OF UKRAINE IN CONDITIONS OF NEOLIBERAL MODEL GLOBALIZATION

АНОТАЦІЯ

У статті розроблено основні концептуальні засади формування державної інвестиційної політики України в умовах неоліберальної моделі глобалізації. Досліджено основні проблеми сучасної інвестиційної політики, розроблено напрями удосконалення концепції державної інвестиційної політики з урахуванням глобальних викликів та загроз.

Ключові слова: державна інвестиційна політика, глобалізація, концепція, інвестиції.

АННОТАЦИЯ

В статье разработаны основные концептуальные основы формирования государственной инвестиционной политики Украины в условиях неолитеральной модели глобализации. Исследованы основные проблемы современной инвестиционной политики, разработаны направления совершенствования концепции государственной инвестиционной политики с учетом глобальных вызовов и угроз.

Ключевые слова: государственная инвестиционная политика, глобализация, концепция, инвестиции.

ANNOTATION

In the article the basic are worked out conceptual principles of forming of public investment policy of Ukraine in the conditions of neoliberal model of globalization. The basic problems of modern investment policy are investigational, directions of improvement of conception of public investment policy are worked out taking into account global calls and threats.

Key words: public investment policy, globalization, conception, investments.

Постановка проблеми. Прагнення України до інтеграції у світову ринкову економіку вимагає підвищення інвестиційної активності на підприємствах усіх галузей національної економіки. Внаслідок глобалізації процесів інвестування сьогодні реалізуються фінансово-інвестиційні схеми, у яких задіяні практично всі учасники ринку – фізичні особи, корпора-

ції, уряди, міжнародні організації. В результаті не тільки істотно коригується інвестиційна практика, а й певним чином дискредитується традиційна інвестиційна теорія. Посилення глобалізаційних процесів, тенденції інтернаціоналізації виробництва, лібералізації зовнішньої торгівлі роблять інвестиційне забезпечення головною рушійною силою світового економічного розвитку.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Вагомий внесок в дослідженнями даної проблеми внесли такі вітчизняні вчені економісти, що досліджували проблеми інвестиційного розвитку в умовах глобалізації, серед них О. Білорус, А. Гальчинський, Т. Козлова, Ю. Пахомов, С. Циганов, А. Філіпенко та інші. Ними обґрунтовано основні теоретико-методологічних та практичних аспектів формування та розвитку соціальної інфраструктури.

Метою статті є розробка основних концептуальних положень державної інвестиційної політики України в умовах глобалізації.

Виклад основного матеріалу. Інвестиційний потенціал України характеризується високою неоднорідністю, тому інвестиційну політику необхідно проводити виходячи з можливостей потреб розвитку кожного регіону, обов'язково враховуючи сучасні виклики глобалізації. Зокрема, Т. Козлова виокремлює такі прояви глобалізації: інтелектуалізація господарської діяльності з різким зростанням ролі людського капіталу; зміна технологічного укладу з домінуванням в інфраструктурі господарської