Рисунок 1. Схема впливу дебіторської та кредиторської заборгованості на потенціал економічної безпеки

З іншого, визнання зобов'язання тягне за собою відтік грошових коштів або інших активів підприємства в майбутньому. Це може не дозволити підприємству досягти намічених цілей в розвитку, що прямо означає зниження рівня економічної безпеки. Підприємство може стабільно функціонувати та розвиватися і при наявності певної величини кредиторської заборгованості. Вищесказане логічно обґрунтовує те, що управління дебіторською та кредиторською заборгованістю є центральною ланкою механізму підвищення рівня економічної безпеки підприємства.

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Лободзинська Т.П., НТУУ «КПІ», м. Київ

На сьогодні існує необхідність оцінки інноваційної продукції, що розробляється та випускається, з погляду її конкурентоспроможності. Продукція повинна відповідати вимогам ринку, потребам споживачів, бути прийнятною відносно ціни та якості, тобто бути конкурентоспроможною.

Конкурентоспроможність у загальному розумінні – це володіння властивостями, які створюють переваги суб'єкта економічних змагань для одержання перемоги над конкурентами. Досягнення цих конкурентних переваг забезпечується належно сформованим механізмом забезпечення конкурентоспроможності продукції, тобто системою послідовних дій, економічних, організаційних, технологічних, соціальних, екологічних важелів та методів, що сприяє формуванню необхідних умов виробництва конкурентоспроможної інноваційної продукції на підприємствах.

Сучасні підходи до забезпечення конкурентоспроможності інноваційної продукції повинні враховувати не тільки специфіку діяльності підприємств конкретної галузі, а й умови, у яких вони працюють, та нівелювати наявні протиріччя у розумінні таких дефініцій як «технічний рівень», «якість», «конкурентоспроможність», що надають можливість більш зважено окреслити елементи механізму забезпечення конкурентоспроможності інноваційної продукції, одним з яких є конкурентні переваги, тобто, характеристики та властивості продукції, які створять для підприємства певну перевагу над конкурентами. Переваги досліджуваної інноваційної продукції можна виміряти технічними (високий рівень розвитку науки й техніки; технологічні особливості сировини; спеціальні технічні характеристики та параметри продукції); економічними (висока норма прибутку та рентабельності продукції; сприятлива динаміка цін; невеликий термін окупності капіталовкладень; зростаюча місткість ринку; відсутність замінників); нормативно-правовими (виключні права на інтелектуальну власність, пільги або інші привілеї; можливість ввозу-вивозу продукції без перешкод) та іншими показниками. Таким чином, конкурентні переваги є основою для забезпечення конкурентоспроможності інноваційної продукції в умовах ринкового господарювання.

Розгляд сучасних підходів до формування механізму забезпечення конкурентоспроможності інноваційної продукції надав можливості визначити, що під час його розроблення особливо необхідно урахувати преференції на рівні «виробник-споживач», і це надає можливість уявити складність процесу забезпечення конкурентоспроможності інноваційної продукції в сучасних умовах господарювання. До факторів, що забезпечують конкурентоспроможність інноваційної продукції з позиції виробника, відносимо витрати на виробництво, що, крім основних виробничих витрат, також включають: вивчення та аналіз ринку, розвиток реклами та технічної інформації на високому якісному та організаційному рівнях, забезпечення максимально можливого наближення продавців до покупців, що впливає на зниження витрат обігу (рівень ціни), доставка товарів до місць споживання незалежно від їх обсягу. Для споживача основним фактором є ціна придбання, яка формується з урахуванням споживчих переваг та ступеня задоволення потреб. Крім того, наявний механізм забезпечення конкурентоспроможності інноваційної продукції повинен відображати специфіку окремої галузі, саме тому він може бути трансформований з урахуванням галузевих відмінностей і не враховувати усі перелічені складові.

Узагальнюючи проведене дослідження, варто зазначити, що натепер

існує потреба оцінювання нових інноваційних видів продукції, з погляду на її конкурентоспроможність.

Таким чином, описані вище підходи до забезпечення конкурентоспроможності продукції надають можливість урахувати значимі на сучасному етапі аспекти, що повинні бути використані при формуванні механізму забезпечення конкурентоспроможності інноваційної продукції.

СОЦІАЛЬНІ ІННОВАЦІЇ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Жалдак Г.П. НТУУ «КПІ», м. Київ

Економічні перетворення, що відбуваються на сучасному етапі становлення української державності, а також процеси демократизації та розбудови соціально орієнтованого громадянського суспільства супроводжуються змінами в усіх сферах діяльності людини. Нові суспільні відносини значною мірою впливають і на розвиток діяльності промислових підприємств. Стає очевидним, що шлях у майбутнє пов'язаний не стільки з розвитком та подальшим удосконаленням технічних умов існування людини, а з всебічним розвитком та удосконаленням найголовнішої складової продуктивної сили суспільства – самої людини. Для цього, передусім, основну увагу слід звернути на розвиток та удосконалення відносин між людьми, розвиток людського потенціалу, формування нових стимулів праці, цінностей та принципів, що характеризують можливості та досягнення сучасного суспільства. Необхідною і достатньою умовою успішної діяльності компаній стають соціальні інновації. Тому розгляд проблематики соціальних інновацій як важливого чинника розвитку підприємств є досить актуальним.

Соціальні інновації здатні значно покращити трудовий потенціал, соціальний клімат та підвищити нематеріальні активи підприємства. Бізнес набуває нового - соціального виміру, на основі залучення до бізнес-активності і додаткової соціальної вартості та її капіталізації. У компаніях, які починають соціально орієнтовану діяльність, змінюється сама філософія ведення бізнесу, а саме: від отриманні прибутку до отримання впливу. Підприємства змінюють акціонерну діяльність ведення бізнесу на можливість впливу саме на рішення акціонерів. Компанії стають агентами соціальних змін. Соціальні інновації допомагають значно розширити свободу в діяльності організації, сприяють інтерактивному обміні інформацією між працівниками, заохоченню експериментаторства та ініціативності, створюють широкі перспективи для реалізації творчого потенціалу працівників. Саме тому не випадково лідери світового бізнесу націлені на активне впровадження соціальних інновацій, які здатні зробити значний прорив у середовищі ідей – пріоритеті морального начала у діяльності компаній, який здатен підвищити здатність до співпраці як