

- По-перше, існує значний ризик при вкладенні інвестицій в розвиток діяльності підприємства;
- По-друге, відбувається постійна зміна предмету та об'єкту дослідження інноваційної діяльності;
- По-третє, спостерігається значна невизначеність планових ситуацій у зв'язку з новизною інновацій та довготривалим характером їх розробки і впровадження;

Основні напрямки інноваційної діяльності підприємства визначає його інноваційна політика, яка відіграє важливу роль для діяльності підприємства та формує свою діяльність завдяки таким основним принципам:

- орієнтується на потреби ринку – включає ретельне дослідження ринку та його наявні, а також приховані потреби;
- стратегічна спрямованість – збереження довготривалих конкурентних переваг підприємства;
- цілеспрямованість – визначення цілей інноваційної діяльності підприємства та їх реалізація;
- комплексність – включає створення відповідних ланок інноваційної діяльності, до яких надходить вся необхідна інформація щодо інноваційного процесу;
- планомірність – передбачає врахування цільових завдань різних інновацій;
- інформаційна забезпеченість - вільний доступ до джерел науково-технічної інформації.

В свою чергу, прогнозування інноваційної діяльності підприємства є необхідною умовою його функціонування, дозволяє не тільки побачити своє майбутнє й розробити мету діяльності, а й розробити програму дій для її досягнення.

Для прогнозування інноваційної діяльності підприємства використовуються різні типи прогнозів. Найбільш важливими ознаками прогнозу вважаються:

- 1) час попередження;
- 2) характер об'єкта прогнозування;
- 3) функції прогнозу на підприємстві;
- 4) масштаб прогнозування тощо.

Отже, розвиток інноваційної сфери та інноваційної діяльності підприємства, через яку просуваються у виробництво досягнення науково-технічного прогресу, є особливо актуальною областю, яка потребує серйозної уваги з боку галузевих органів управління та інших суб'єктів господарювання, які приймають участь у інноваційних процесах. А також, стійкість економічного положення більшості суб'єктів господарювання визначається темпами і масштабами здійснення інноваційної діяльності підприємства, що в свою чергу дозволяє своєчасно і швидко реагувати на умови конкурентної боротьби, що постійно змінюються безпосередньо шляхом використання різноманітних нововведень, забезпечуючи більш якісне й повне задоволення потреб самого ринку.

УДК: 330.322.(477)

Рєга М.Г.,

к.е.н., доцент кафедри обліку і оподаткування та маркетингу
Мукачівський державний університет

ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ В ПРОЦЕСІ ФОРМУВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Однією з найбільш гострих проблем сучасної України залишається досягнення стабільного економічного росту. У числі факторів, що роблять безпосередній вплив на динаміку економічного розвитку, безсумнівно, належить інвестиційній сфері [1,с.36].

Інвестиції торкаються самих глибинних основ господарської діяльності, визначаючи процес економічного росту в цілому. У сучасній ситуації інвестиції виступають найважливішим

засобом забезпечення умов виходу України зі стану хронічної економічної кризи, здійснення структурних зрушень у народному господарстві, упровадження сучасних досягнень технічного прогресу, підвищення якісних показників господарської діяльності намікро- і макрорівнях. Отже, активізація інвестиційного процесу є одним з найбільш діючих механізмів подальших соціально - економічних перетворень, оскільки без неї неможливо здійснити прогресивні зрушення в економіці, підвищити конкурентоспроможність та загалом забезпечити сталий соціально-економічний розвиток держави [2,с.125].

Дослідженню категорії інвестицій надавали значної уваги більшість фахівців економічної теорії. Так аналіз проблеми прийняття інвестиційних рішень започатковано у середині ХХ сторіччя в працях С.К. Майерса, Й.Ф. Магі, Г.А. Сіка, В.Н. Беренса, П.М. Хавранека та інших авторів. Карл Маркс глибоко проаналізував соціально-економічні основи процесу накопичення капіталу у капіталістичній системі. Фундаментальний економіко-теоретичний аналіз інвестиційного процесу в умовах ринку здійснено також у працях Дж.Кейнса, Д. Йоргенсона, У. Шарпа та інших. Вагомий внесок у вивченні проблем, пов'язаних із інвестиційною діяльністю, зробили й вітчизняні вчені, зокрема: І.В. Багрова, І.А. Бланк, А.В. Верба, О.С. Галушко, В.М. Грідасов, М.Ю. Коденська, А.А. Пересада, В.П. Савчук, В.А. Ткаченко, В.Г. Федоренко, О.М. Царенко та інші [3, с. 84].

Однак, аналіз джерел дає підстави дійти висновку, що розмаїття трактувань сутності інвестиційної діяльності свідчить не лише про різні підходи до розкриття її змісту, а й про незавершеність дослідження з даної проблеми. Ще й досі залишаються недостатньо проробленими аспекти прийняття якісних управлінських рішень, з одного боку, щодо інвестування коштів, а з другого – щодо покращення фінансового становища підприємства та підвищення рівня його інвестиційної привабливості.

Отже, залучення інвестицій є важливим питанням впродовж усього періоду функціонування підприємств, яке вимагає від керівництва постійного удосконалення господарської діяльності та підвищення рівня інвестиційних переваг порівняно з іншими підприємствами. Особливо гостро питання ефективності управління інвестиційною діяльністю постає у період фінансової кризи за високого попиту та низької пропозиції інвестиційних ресурсів. До останнього часу не запропоновано жодного законодавчого акту, котрий би був достатньо відпрацьованим, універсальним.

Найістотнішою перешкодою для діяльності як вітчизняних, так і іноземних інвесторів в Україні є недосконалість відповідного законодавства.

Ускладнює ситуацію і практика коригування нормативних актів під час їх руху від верхніх рівнів управління до нижніх.

До головних факторів, які стримують формування економічного середовища, сприятливого для залучення інвестицій, можна зарахувати також і невизначеність пріоритетів ринкового трансформування економіки та недоліки процесів приватизації. Проблеми соціально-психологічного характеру в залученні інвестицій пов'язані з відсутністю ринкового менталітету у вітчизняних бізнесменів, що проявляється у їх нездатності самостійно приймати відповідні рішення, швидко орієнтуватися у мінливому економічному середовищі[4, с. 35].

Залученню інвестицій перешкоджають також і нерозвиненість комунікаційних засобів, незабезпеченість повною, надійною нормативно-правовою та комерційною інформацією. Політика України щодо активізації процесу залучення іноземних інвестицій пов'язана із ринковим соціально-економічним трансформуванням суспільства.

Потрібно створювати загальнополітичні, правові та інституціональні умови, сприятливі для інвестування. А це одночасно буде як передумовою, так і результатом успішних реформ у нашій державі.

Підводячи підсумок, можна відзначити, що, загалом, інвестиційно-підприємницький клімат України є складним. Залучаючи до країни іноземний капітал, потрібно пам'ятати, що з нинішньої кризи Україну виведуть лише власні зусилля.

Література.

1. Блонська В. І. Економіка підприємства : навч. посібник / В. І. Блонська, С. С. Заярна, М. М. Качмарик, Л. Д. Масленнікова, О. Ю. Міценко, Н. Г. Маринич, І. А. Яценко – Львів: «Магнолія 2006». – 2008. – 688 с.
2. Бондар М. І. Інвестиційна діяльність: методика та організація обліку і контролю: Монографія. – К.: КНЕУ, 2008. – 256 с.
3. Бутенко П. Чому гальмуються інноваційні процеси в Україні / П. Бутенко, В. Гусев // Економіка України. – 2009 – № 6 – С.30 – 38.
4. Васильченко З. М. Оцінка ефективності інвестиційних проектів у банківській діяльності / З. М. Васильченко, І. П. Васильченко // Фінанси України. – 2009.-№ 12. – С.35 – 46.

УДК 339

Сухан М. В., магістр,
Чучка І. М.

к.е.н., доцент кафедри
обліку і оподаткування та маркетингу,
Мукачівський державний університет

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ЗАСТОСУВАННЯ ІНТЕРНЕТУ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Інтернет в останні півтора десятиріччя є одним із головних факторів, який прискорює розвиток і формування інформаційного суспільства. Інтернет – не лише глобальний засіб комунікацій без територіальних і національних кордонів, але й ефективний інструмент ведення бізнесу, впливу на аудиторію. З активною роллю споживачів пов'язана особливість середовища Інтернет, яка обумовлена контролем над пошуком інформації за рахунок різних механізмів пошуку та навігації. Інтерактивний характер середовища мережі дозволяє підвищити ефективність взаємодії учасників комунікації.

Підвищенням значущості інформації як з боку користувачів, так і продавців характеризується сучасний стан більшості міжнародних ринків. Інформатизація нашого суспільства щоразу зростає. І хоча споживачам надається щоразу все більше інформації, підприємство не може постійно збільшувати обсяги комунікацій. Тому необхідно приділяти увагу не тільки кількісним характеристикам комунікацій, але і якісній складовій — ефективності використання комунікаційних інструментів.

На сьогоднішній день використання Інтернету стосується всіх відомих аспектів маркетингової діяльності підприємств, а роль мережі в бізнес-практиці постійно зростає. Базою її використання є традиційні інструменти маркетингу, що завдяки використанню мережі стають більш ефективними.

Інтернет надає різні засоби для поліпшення або забезпечення зв'язку фірми з партнерами в мережі, включаючи електронні дошки оголошень, які упорядковані за групами новин мережі (usenet); електронну пошту (e-mail); поштові реєстри в електронній пошті (групи listserv); багатокористувальницький діалог (MUDS — multi-user dialog service); ретрансляцію бесіди (IRC - Internet Relay Chat); проведення відеоконференцій (Video conferencing); мовну пошту, яка діє в системі електронної пошти (Voice _mail) та інше.

З розвитком мережі поступово змінюються всі підходи до управління маркетингом на підприємстві, в тому числі до формування маркетингового комплексу. Весь комплекс маркетингу доцільно розглядати з позицій його застосування в середовищі Інтернету, а в структуру цього комплексу можуть входити елементи 4«Р», а також парадигма маркетингових відносин. Кожний елемент також має свої особливості прояву в середовищі Інтернет, що виступає не просто новим каналом збуту або ж маркетингових комунікацій, а зовсім новим типом ринку.



МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: www.msu.edu.ua

E-mail: info@msu.edu.ua, pr@mail.msu.edu.ua

Веб-сайт Інституційного репозитарію Наукової бібліотеки МДУ: <http://dspace.msu.edu.ua:8080>

Веб-сайт Наукової бібліотеки МДУ: <http://msu.edu.ua/library/>