

Пропонуємо вітчизняним страховикам, які мають власний корпоративний веб-сайт або планують його розробити, приділяти увагу не тільки зовнішньому оформленню сайту, але й внутрішньому наповненню, не забуваючи про ефективність тих чи інших мережевих ресурсів.

Споживач найчастіше потрапляє на сайти страховиків через певні пошукові системи, тому страховикам або тим організаціям, які обслуговують їхні сайти, доцільно здійснювати ряд заходів з прощтовхування самого сайту за допомогою таких засобів як періодичне розсилання повідомлень зацікавленим особам (мережений прямий маркетинг); реєстрація сайту у пошукових системах, веб-каталогах, "жовтих сторінках" та на тематичних інформаційних серверах; розміщення оплачуваних посилань на найпопулярніших серверах (інтерактивна реклама); банерна і мозаїчна реклама; оплачені лістинги тощо.

Найголовнішим завданням вітчизняного Інтернет – страхування на сучасному етапі є використання постійного зв'язку між страховиком і страхувальником у режимі он-лайн для реалізації страхових послуг. Ще Пітер Друкер наголошував, що в будь-якому бізнесі основним є "створити свого клієнта", а це неможливо втілити в життя, не підтримуючи взаємних контактів зі споживачем за допомогою маркетингу та інновацій. "Маркетинг та інновації створюють результат, все інше – витрати" [7, с. 56-57]. Впевнені, що слова відомого маркетолога з далеких 1970-х рр. є актуальними і для сьогоднішніх реалій вітчизняної страхової справи в мережі Інтернет.

Література

1. **Винс И.** Как сделать бизнес в Internet: Пер. с англ. – 3-е изд. – К.; М.; СПб.: Диалектика, 1998. – 464 с.
2. **Грицай О.** Інтернет – маркетинг – реальна віртуальність?// Страхова справа. – 2006, № 2. – С. 78-80.
3. **Біленчук Д., Біленчук П.** Правові основи використання Інтернет – технологій в страховій справі// Страхова справа. – 2004, № 5. – С. 72-73.
4. **Денисова І., Шевченко К.** Дослідження поведінки користувачів Інтернет. Практичні аспекти створення Інтернет – представництва компанії// Страхова справа. – 2005, № 4. – С. 88-90.
5. **Охріменко О.О.** Страховий захист: менеджмент, маркетинг, економіка безпеки: Навч. посібник для студ. вищих навч. закладів. – К.: Міжнародна агенція "BeeZone", 2005. – 416 с.: табл. (серія "Бібліотека страхування").
6. **Осентон Т.** Новые технологии в маркетинге: золотой ключик к лояльности потребителей/ Пер. с англ. – М.: Издательский дом "Вильямс", 2003. – 304 с.: ил.
7. **Drucker P.R.** Management. – London: Heinemann, 1974. – P. 56-57.

УДК 338.24:330.342+334.722.8(477)

Асист. Т. І. Городиський –

Дрогобицький державний педагогічний університет

МЕТОДИКА ОЦІНКИ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНУ

Окреслено основні засади та етапи методики оцінки інноваційного потенціалу регіону. Акцентовано увагу на таких параметрах оцінки: як "ступінь інноваційності", "інноваційна активність" та "інноваційна сприйнятливість". Виокремлено проблему інформаційного забезпечення інноваційних процесів.

Assist. T.I. Gorodys'kyj – Ivan Franko Drohobyskyi state pedagogical university

The methogy of the valuation innovational potential region

It is outlines the general principles and stages methogy of the valuation innovational potential region. It is accents attention into such parameters as: "the degree of innovation", "innovational activity" and "innovational sensitivity". The problem of information securing innovation processes has been separate.

Для забезпечення ефективності формування, використання та розвитку інноваційного потенціалу регіону необхідно розробити відповідну методику його оцінки.

Сучасна економічна наука містить низку досліджень з даної проблематики. Однак усі спроби вирішення даного питання стосувались здебільшого інноваційного потенціалу підприємства або організації. Зокрема заслуговує на увагу методика оцінки інноваційного потенціалу навчально-науково-інноваційного комплексу багатoproфільного технічного університету, що розроблено Ю. Максимовим, С. Мітяковим та О. Мітяковою. В основі цієї методики лежить принцип функціональної декомпозиції, який дає змогу поступово і структуровано представити інноваційний потенціал у вигляді ієрархічної структури окремих елементів; авторами запропоновано систему показників оцінки інноваційного потенціалу та метод єдиного нормування параметрів, введено поняття динамічної та порівняльної функції інноваційного потенціалу та запропоновано обраховувати інноваційний потенціал як суму інноваційних потенціалів всіх його складових [1].

Оскільки така методика стосується оцінки інноваційного потенціалу підприємства для застосування її основних елементів при оцінці інноваційного потенціалу регіону, то необхідно зробити ряд доповнень та уточнень. Зокрема, абсолютні показники, які характеризують складові інноваційного потенціалу регіону, необхідно розраховувати як суму відповідних складових усіх суб'єктів інноваційної діяльності регіону. Під суб'єктами інноваційної діяльності необхідно розуміти сукупність фізичних, юридичних осіб та органів державного самоврядування, які беруть участь у реалізації інноваційних процесів, що мають місце в регіоні.

Методика оцінки інноваційного потенціалу регіону повинна охоплювати наступні етапи:

1. Розбиття інноваційного потенціалу регіону на складові. Тут використовується принцип функціональної декомпозиції, який дає змогу поступово і структуровано представити інноваційний потенціал у вигляді ієрархічної структури окремих елементів, що робить можливим проведення більш детального його аналізу.
2. Введення гнучкої системи показників оцінки інноваційного потенціалу регіону. Дані показники повинні характеризувати та описувати як структурні елементи інноваційного потенціалу регіону, так і результативність його використання.

Кількість і функціональне наповнення цих показників може змінюватись залежно від цілей дослідження. При цьому всі показники можна розбити на три групи:

- показники типу так/ні (наявність/відсутність) вимірюється логічними величинами (0 – ні, 1 – так);
- абсолютні показники, які мають розмірність (зазвичай – кількість кого-небудь чи чого-небудь у натуральних або грошових одиницях);
- відносні показники, вимірюють у частках і вони не мають розмірності.

При оцінці інноваційного потенціалу необхідно, насамперед, розглянути такі його істотні параметри як "ступінь інноваційності", "інноваційна активність" та "інноваційна сприйнятливість".

Ступінь інноваційності – це, зокрема, представляє показник, який характеризує можливість перетворення науково-технічної розробки в новачку, а потім і в нововведення. Даний показник рекомендуємо розраховувати відповідно у двох варіантах: ступінь інноваційності НДДКР (як відношення числа закінчених науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт до їх кількості, які перейшли у стан інновації); ступінь інноваційності новачок (відношення кількості новачок, які містяться в інноваційному портфелі, до числа новачок, які перейшли у стан нововведення) [2, с. 42].

Розрізняють поняття "інноваційність виробничо-господарської системи" і "інноваційність продукту". Ступінь інноваційності системи оцінюють за кількістю новачок, які введені її структурними елементами у сферу свого практичного використання у календарному періоді. Це стало основою для висновку про переважно ресурсний характер інноваційного потенціалу, оскільки, чим більша величина ресурсів втягується у сферу інноваційної діяльності, тим більшу ступінь інноваційності повинна мати система. Однак при цьому не береться до уваги та обставина, що новачка, перетворившись у нововведення, повинна позитивним чином змінити результуючі показники функціонуючої системи стосовно їх відповідності рівню показників аналогічних систем, який за прийнятими у світі критеріями визнається високим. Рекомендується визначати ступінь інноваційності системи, насамперед, як відповідність розмірності показників, які характеризують кінцеві результати її функціонування, прийнятому еталонному варіанту, оскільки як показує практичний досвід досягнути еталонного рівня, не здійснюючи нововведення, не можна.

Ступінь інноваційності продукту сучасна наука і практика оцінює за двома критеріями: "рівень новизни" і "можливість його удосконалення". Можна погодитися з думкою, що відповідно з канонічним визначенням інновації саме новизна продукту є головною ознакою його віднесення до категорії "нововведення". Можна також погодитися, що будь-яка зміна чи удосконалення традиційного продукту також свідчить про його інноваційні можливості. Тим не менше, необхідно вважати більш раціональним підхід, згідно з яким ступінь інноваційності продукту вимірюється параметрами його реалізації на ринку [2, с. 42, 43]. Інновація перестає бути такою, коли з'являється новий продукт, який за своїми споживчими параметрами можна вважати, насамперед, аналогом раніше виготовленої продукції; далі, параметри нового продукту повинні бути більш високими, ніж того, який виготовлять. Окрім цього, необхідно ще раз підкреслити, що найбільш істотними моментами перетворення новачки в інновацію можна вважати такі, які з'являється у процесі зростання важливості ознаки:

- придбання новачії потенційним користувачем;
- введення користувачем придбаної новачії у сферу практичного використання;
- позитивна зміна показників, які характеризують кінцеві результати функціонування користувача новачії [2, с. 43].

Однак необхідно підкреслити, що новачії, які не приносять очікуваних економічних результатів, не змінюють величини інноваційного потенціалу виробничо-господарської системи.

Під інноваційною сприйнятливістю необхідно розуміти здатність виробничо-господарської системи до впровадження і використання у своїй діяльності новачій різного роду. Чим вища її готовність до інноваційного розвитку, тим більшою інноваційною сприйнятливістю володіє дана система. Співставляючи ідеологію показників інноваційної сприйнятливості й степені інноваційності, необхідно відзначити, що другий показник функціонально залежить від першого. Видається доцільним розглянути категорію "інноваційна сприйнятливість" з точки зору двох моментів: по-перше, стосовно розвитку використовуваного у виробничій системі техніко-технологічного забезпечення і, по-друге, стосовно асортименту продукції, нею виготовленої.

У першому випадку інноваційна сприйнятливість характеризує ступінь адаптації конкретної виробничо-господарської системи до пропозицій розробників нових видів техніко-технологічного, інформаційного, організаційного забезпечення.

У другому випадку інноваційна сприйнятливість відображає ступінь адаптації даної виробничо-господарської системи до запитів споживачів продукції, нею виготовленою [2, ст. 45].

Поняття інноваційної активності розглядається як сукупність параметрів діяльності господарюючого суб'єкта, яка відображає впровадження нових чи вдосконалення вже вироблених продуктів, нових чи вдосконалених технологічних процесів, участь в інших видах інноваційної діяльності шляхом виконання досліджень і розробок, придбання патентів і безпатентних ліцензій, проведення маркетингових досліджень. Тобто під інноваційною активністю можна вважати інтенсивність здійснення економічними суб'єктами діяльності з розробки і впровадження нових технологій, продуктів, методів або їх вдосконалення в господарський обіг, внаслідок чого стає покращення результативних показників діяльності суб'єкта.

Саме інноваційна активність, на нашу думку, повинна виступати основним критерієм оцінки ефективності розвитку та використання інноваційного потенціалу. Адже потенціал може бути великим з кількісної точки зору, тобто охоплювати значні матеріально-технічні, інформаційні й трудові ресурси, але при цьому мати низький якісний рівень і, власне, через це не здійснювати на економічний розвиток істотного позитивного впливу. З іншого боку, потенціал може бути великий у якісному відношенні, але у силу своєї малої кількісної величини також не буде здійснювати вплив на темпи і масштаби економічного росту у суспільному виробництві.

До показників оцінки інноваційної активності в регіоні необхідно віднести:

Kom – коефіцієнт освоєння нової техніки. Він характеризує здатність регіону до освоєння нового обладнання і новітніх виробничо-технологічних ліній і розраховується зі співвідношення знову введених за останні три роки в експлуатацію основних виробничо-технологічних фондів порівняно з іншими засобами, охоплюючи будівлі, споруди, транспорт, за формулою:

$$Kom = \sum_{i=1}^n OF_n / \sum_{i=1}^n OF_{cp},$$

де: $\sum_{i=1}^n OF_n$ – вартість знову введених основних фондів усіх суб'єктів іннова-

ційної діяльності регіону, грн.; $\sum_{i=1}^n OF_{cp}$ – середньорічна вартість основних виробничих фондів суб'єктів інноваційної діяльності регіону, грн.

При цьому: $Kom = 0,35 \dots 0,40$ – стратегія лідера, $Kom = 0,35 \dots 0,30$ – стратегія послідовника, Kop – коефіцієнт освоєння нової продукції. Він оцінює здатність регіону до впровадження інноваційної чи підданої технологічним змінам продукції за формулою:

$$Kop = \sum_{i=1}^n B_{np} / \sum_{i=1}^n B_{zag},$$

де: $\sum_{i=1}^n B_{np}$ – виторг від продажу нової чи вдосконаленої продукції (робіт, послуг) і продукції (робіт, послуг), виготовленої з використанням нових чи вдосконалених технологій суб'єктами інноваційної діяльності регіону, грн.;

$\sum_{i=1}^n B_{zag}$ – загальний виторг від продажу всієї продукції (робіт, послуг) суб'єктами інноваційної діяльності регіону, грн.

При цьому: $Kop = 0,45 \dots 0,50$ – стратегія лідера, $Kop = 0,45 \dots 0,40$ – стратегія послідовника, Kip – коефіцієнт інноваційного росту. Він визначає стійкість технологічного росту і виробничого розвитку і свідчить про досвід регіону в реалізації інноваційних проєктів. Показує частку засобів, які виділяються в регіоні на власні й спільні дослідження з розробки нових технологій, навчання і підготовку персоналу, пов'язаного з інноваціями, господарські договори з проведення маркетингових досліджень, у загальному об'ємі всіх інвестицій (враховуючи і капіталотвірні й портфельні) за формулою:

$$Kip = I_{ic} / I_{zag},$$

де: I_{ic} – вартість науково-дослідних і навчально-методичних інвестиційних проєктів, які реалізують в регіоні, грн.; I_{zag} – загальна вартість інших інвестиційних витрат, грн.

При цьому: $Kip = 0,55 \dots 0,60$ – стратегія лідера; $Kip = 0,55 \dots 0,50$ – стратегія послідовника.

У науковій літературі для описання науково-технічного потенціалу використовують характеристик/и окремих складових (кадрової, матеріально-технічної, інформаційно-методичної, організаційно-управлінської).

Характеризують науково-технічний потенціал з допомогою декількох груп показників:

- кадрові показники: кількість і кваліфікація спеціалістів, які займаються науково-технічною діяльністю в різних галузях і сферах суспільного виробництва; кількість і якість підготовки спеціалістів з вищою і середньою спеціальною освітою, як зайнятих у галузях і сферах національної економіки, так і випускників відповідних навчальних закладів; відповідність кадрової структури науково-технічної сфери загальним задачам і вимогам економічного розвитку суспільного виробництва;
- матеріально-технічні показники: витрати на наукові дослідження, науково-технічні, дослідно-конструкторські роботи; затрати, пов'язані з підготовкою спеціалістів; оснащеність науково-технічної діяльності дослідно-експериментальним обладнанням, матеріалами, приладами, оргтехнікою;
- інформаційно-методичні показники: кількість і якість нагромаджених інформаційних фондів, можливості й якість нагромаджених інформаційних фондів; задоволеність спеціалістів кількістю і якістю інформації, коефіцієнт повноти інформації, коефіцієнт точності інформації;
- організаційно-управлінські показники: рівень організації планування і управління наукою; взаємозв'язок між НДІ, КБ, ВНЗ, виробництвом [3, 4, с. 258, 262].

Формування ефективного механізму збору статистичної інформації, необхідної для обчислення показників інноваційного потенціалу регіону.

Джерела інформації про інновації поділяють на:

- 1) внутрішні джерела;
- 2) зовнішні комерційні джерела;
- 3) наукові організації;
- 4) інші зовнішні джерела [5, с. 83].

Підсумовуючи далеко неповний (з огляду на обсяг наукової статті) перелік проблемних засад методики оцінки інноваційного потенціалу регіону, варто особливу увагу акцентувати на проблемі інформаційного забезпечення інноваційних процесів. В Україні інформаційним забезпеченням інноваційних процесів займається галузь статистики – статистика науки і інновацій, що базується на звітності наукових організацій про виконання наукових досліджень і розробок; зведеннях міністерств і відомств про фінансування наукових досліджень і розробок за рахунок коштів державного бюджету; звітності наукових організацій і інноваційних підприємств про винаходи, корисні моделі й промислові зразки, про створення зразків нових типів машин, устаткування, апаратів і приладів; звітності НДІ й ВНЗ про підготовку аспірантів і докторантів; звітності промислових підприємств про технологічні інновації, освоєння, сертифікацію, зняття з виробництва промислової продукції, а також на матеріалах одночасних обстежень (матеріально-технічної й дослідної бази науки, грошових прибутків і житлових умов вчених й ін.). Однак для формування та реалізації ефективної інноваційної політики на регіональному рівні ці дані не дають повної картини про наявний інноваційний потенціал регіону, оскільки не відображають усі його структурні елементи.

Зокрема, жодним чином не відображено такі структурні компоненти інноваційного потенціалу як інноваційна культура та інноваційна інфраструктура. Щодо маркетингової складової, то тут показано тільки фінансові витрати інноваційно активних підприємств на маркетинг та рекламу, однак

не відображено кадрову, інформаційну та матеріально-технічну складові. В офіційних джерелах статистики не відображено коопераційних зв'язків регіону в інноваційній сфері з іншими регіонами України та з іншими державами. Тому відповідними структурними підрозділами органів місцевого самоврядування, зокрема анкетним методом, можна отримувати ці дані та формувати відповідну інформаційну базу.

Література

1. <http://transfer.eltech.ru/innov/archive>.
2. **Жиц Г.И.** Инновационный потенциал высшей школы: параметры. – Саратов: Саратовский государственный технический университет, 2001. – 178 с.
3. **Галушко Є.С.** Підвищення ефективності використання інноваційного потенціалу в умовах переходу до ринкових відносин (на прикладі промислових підприємств Донбасу): Автореф. дис. канд. екон. наук: 08.06.02/ Ін-т економіки промисловості. – Донецьк, 1999. – 23 с.
4. **Проблеми управління інноваційним розвитком підприємств у транзитивній економіці:** Монографія/ За заг. ред. д-р екон. наук, проф. С.М. Ілляшенка. – Суми: ВТД "Університетська книга", 2005. – 582 с.
5. **Павленко І.А.** Економіка та організація інноваційної діяльності: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2004. – 204 с.

УДК 336.77

Здобувач Н.Є. Килипенко – Львівська КА

СТРУКТУРА ВІДСОТКОВИХ СТАВОК У ГРОШОВО-КРЕДИТНІЙ СИСТЕМІ

Висвітлюється структура відсоткових ставок та функціонально-кореляційні взаємозв'язки між різними відсотковими ставками. Розглянуто проценті ставки у двох аспектах: як грошове явище і як феномен реальної економіки, окреслено вплив трансформаційних процесів на формування відсоткових ставок.

Competitor N.Ye. Kylypenko – L'viv commercial academy

Structure of interest rates in money-and-credit system

Structure of interest rates and functional correlation between different interest rates is covered. Interest rates are view in 2 prospects: as a money phenomena and as a phenomena of ar physical economy. Concept of money supply is specified. List of economic agents who both directly or indirectly take part in money supply formation is argued. Peculiarities of interest rates formation in transitional economy are considered.

Відсоткові ставки як один із фундаментальних економічних індикаторів постійно є об'єктом економічного аналізу як основоположників сучасних економічних шкіл, так і українських економістів [1-5]. Проте широта постановки питань, пов'язаних із грошовим обігом загалом і формуванням відсоткових ставок зокрема, ставить за вимогу більш чітке окреслення механізму їх формування та особливостей їх структури, яка визначає взаємозв'язки в межах єдиної системи відсоткових ставок, що і стало метою до написання цієї статті. З іншого боку, досягнення цієї мети через призму реалій вітчизняної економіки накладає і додаткове завдання, що також вирішується у нашій статті, а саме – врахування в цьому процесі формування відсоткових ставок впливу трансформаційних економічних процесів у рамках становлення ринкової системи господарювання як у реальному секторі економіки, так і у фінансовому.