

ІННОВАЦІЇ В ЕНЕРГЕТИЦІ ТА ЇХ ЕКОНОМІЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ.

Маліванчук І. М.

Науковий керівник: к.т.н., ст.викл. Шулле Ю. А.

Ринкові умови господарювання створюють для більшості ринкових суб'єктів середовище високої конкуренції, яке вимагає від них здатності формувати конкурентні переваги у сфері виробництва товарів. Конкурентні переваги досягаються завдяки впровадженню інновацій.

Інновація – нововведення в галузі техніки, технології, організації праці або управління, засноване на використанні досягнень науки і передового досвіду, кінцевий результат інноваційної діяльності. Істотним чинником інновації є розвиток винахідництва, раціоналізації, поява великих відкриттів.

Відповідно до того, що інноваційна діяльність є вирішальним елементом розвитку сучасного виробництва, проблеми економічного обґрунтування інноваційних рішень набувають особливої актуальності. Вони важливі як на рівні підприємств (організацій), так і на вищих рівнях управління національною економікою, зокрема при розподілі бюджетних коштів на фінансування науково-технічних, соціальних та інших загальнодержавних програм.

У сучасних ринкових умовах підвищуються вимоги до економічних вимірів та економічних обґрунтувань прийняття рішень стосовно інноваційних проектів, які можуть фінансуватися лише після техніко-економічного оцінювання кожного з можливих їх варіантів.

Техніко-економічне обґрунтування – це інструмент, що забезпечує потенційних інвесторів інформацією, необхідною для ухвалення рішення про здійснення інвестування або фінансування проектів, про очікувані доходи й терміни повернення капіталу, а також визначення ринкової ціни об'єктів.

В ринкових умовах основним критерієм роботи галузі є прибуток. Наряду із ним визначаються: фондоддача; рентабельність; затрати на одну гривню товарної продукції; ефект від нововведень та їх ефективність.

Поряд із цим визначають і специфічні показники для кожної галузі, в енергетиці це: питомі витрати палива; штатний коефіцієнт електростанції; фондоозброєність.

Планування інновацій являє собою процес вибору цілей, орієнтованих на кінцеві результати (зростання прибутку, розширення асортименту продукції, вихід на нові ринки), розподілу ресурсів та визначення термінів вирішення інноваційних завдань аж до освоєння і поширення нововведень.