

Д. В. Солоха

д-р екон. наук,

О. В. Белякова

канд. екон. наук

*Київський національний університет
культури і мистецтв, м. Київ*

ОСНОВНІ ПІДХОДИ ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Постановка проблеми. Інноваційні процеси відіграють важливу роль в успішному розвитку підприємства, регіону і держави. Від рівня цих процесів залежить економічний та фінансовий стан, могутність регіонів і життєвий рівень населення. У постійній конкурентній боротьбі за споживача та ринки збуту підприємства повинні постійно впроваджувати інноваційні процеси: удосконалювати та розробляти нові виробничі технології, прогресивні технології, система управління і реалізації, що виводить їх на новий рівень розвитку, приводить суспільство до прогресу.

Загальновизнано, що в сучасних умовах господарювання інновації – це необхідний і об'єктивний чинник конкурентоспроможного розвитку кожного підприємства, інтенсивного технічного та технологічного оновлення виробництва та модернізації економіки держави.

Аналіз останніх досліджень. Категорія «інновація» є предметом дослідження багатьох фахівців в цій області. Пріоритет наукового осмислення ролі організаційно-економічного механізму в ринковій економіці належить таким відомим зарубіжним та вітчизняним вченим [1–11] та ін. Їхні праці є науковою базою для проведення теоретичних досліджень з проблем розвитку організаційно-економічного механізму інноваційного розвитку.

Проте деякі проблеми, що стосуються питань ефективного механізму організації, розробки перспективних напрямів інноваційного розвитку, впровадження нових технологій у виробництво, формування регіональної інноваційної системи, залишаються недостатньо вивченими.

Метою статті є дослідження формування організаційно-економічного механізму інноваційного розвитку.

Вклад основного матеріалу. Інновація – кінцевий результат діяльності, який спрямований на створення і використання нововведень, втілених у вигляді удосконалених чи нових товарів (виробів чи послуг), технологій їх виробництва, методів управління на всіх стадіях виробництва і збуту товарів, що сприяють розвитку і підвищенню економічної ефективності діяльності підприємств [5, с. 15].

Ця діяльність охоплює:

- випуск і розповсюдження принципово нових видів техніки і технологій;
- прогресивні міжгалузеві структурні зрушення;
- реалізацію довгострокових науково-технічних програм з великими строками окупності витрат;
- фінансування фундаментальних досліджень для здійснення якісних змін у стані продуктивних сил;

– розробку і впровадження нової ресурсозберігаючої технології, призначеної для поліпшення соціального і екологічного становища.

Інноваційна діяльність пов'язана з трансформацією наукових досліджень і розробок, винаходів і відкриттів у новий продукт або новий технологічний процес, які впроваджуються у виробничий процес, або в новий підхід до соціальних послуг.

Інноваційна діяльність передбачає створення цілого комплексу наукових, технологічних, організаційних, фінансових і комерційних заходів, які у своїй сукупності ведуть до створення інновації «під ключ», тобто повністю готової до реалізації на ринку.

Розумна інвестиційна політика менеджерів підприємства дозволить за досить короткий час розробити чітку цінову політику і маркетингову стратегію для подальшого його розвитку.

Для інвесторів дуже привабливими є проекти, розраховані на середньостроковий період – 2-3 роки. Довгострокові ж проекти залучають тільки тих інвесторів, які планують досить довго перебувати в країні протягом більше 5-ти років.

Для самого інвестора інвестиційна діяльність виступає як альтернатива, яку він обрав в порівнянні з вкладенням свого капіталу в банк під вигідну для нього процентну ставку. Хоча, безперечно, інвестор ризикує, але є надія на те, що ризик буде виправданим. Тому при складанні інвестиційного проекту необхідно звернути увагу на те, що майбутній інвестор зміг побачити вигоду для себе, що, на нашу думку, неможливе без розвитку інноваційного потенціалу.

Інвестиційний клімат має велике значення для залучення інвестицій у галузі народного господарства, але соціально-політична ситуація, яка зараз склалася в Україні, значною мірою негативно впливає на процес інвестування.

Соціально-економічні і політичні реформи, нестабільність політичної ситуації, спад економіки і виробництва, зростання темпів інфляції, невпевненість у майбутньому країни – все це стримує як вітчизняних, так і іноземних інвесторів від залучення свого капіталу в економіку України. Вважається доцільним залучення власних коштів у галузі народного господарства, де існує соціально-політична нестабільність. Інвестори в основному обирають політику очікування, тому Уряду необхідно сконцентрувати увагу на цьому важливому питанні.

Для налагодження існуючої ситуації необхідно провести цілий ряд реформ і змін до законодавчої та правової бази України, але поки неудосягнута нормативно-правова база не дозволяє чітко регламентувати права та обов'язки інвесторів.

Розробка інвестиційної політики підприємства в контексті інноватики повинна базуватися на відповідній існуючій ситуації в кожному регіоні, в країні, в області, яка цікавить інвесторів; її розвиненості і перспективності; її позиціонуванні на ринку.

Основою сталого економічного зростання може забезпечити інноваційний розвиток України, який сприяє поступовому наближенню рівня нашої країни до рівня економічно розвинених країн. Таким чином, визначається його роль і місце в забезпеченні стратегічних завдань й інтересів держави.

Для сучасної України питання розвитку інноваційного потенціалу на макро- і мікроекономічному рівнях стають все більш актуальними. Це обумовлено головним чином розумінням позитивної ролі інновацій для виходу країни зі складної економічної ситуації.

Цілі інноваційного розвитку великої компанії і завдання, спрямовані на їх реалізацію, визначаються виходячи з її підходів до ведення бізнесу. За кордоном в даний час для більшості великих компаній все частіше використовуються підходи, орієнтовані не на отримання великого обсягу прибутку, а на стабільне надходження грошових коштів у касу підприємства, що дає можливість у меншій мірі залежати від кредиторів і мати необхідний обсяг фінансових коштів для підвищення конкурентоспроможності продукції. Такий підхід до ведення бізнесу, характерний для країн з розвиненими ринковими відносинами, коли успіх промислового підприємства на ринку визначається, насамперед, наявністю покупців, готових брати участь у розробці і виробництві продукції з тривалим виробничим циклом шляхом фінансування всіх стадій виробничого циклу.

Для таких підприємств розробка стратегії інноваційного розвитку набуває особливого значення, тому що дозволяє підприємству бути на ринку більш впевненим і роздобути замовника на більш ранньому етапі життєвого циклу продукції. Тому в основі визначення цілей інноваційного розвитку лежать підходи до ведення бізнес-процесів.

У країнах з перехідною економікою, коли частка державної власності ще досить велика, у веденні бізнес-процесів на підприємствах, що мають для держави стратегічне значення, беруть участь державні і регіональні органи управління.

На державному рівні визначаються умови виробничої діяльності підприємства. Ці умови формуються на основі економічної політики держави, державної промислової політики, науково-технічної політики, технологічної політики, соціальної політики, виходячи із статусу, значущості промислового підприємства для економіки країни, його впливу на обороноздатність і конкурентоспроможність.

Держава, залишаючи за собою певну кількість акцій, прагнуть зберегти можливість впливати на економічні процеси цих підприємств в інтересах забезпечення наукоємної продукції машинобудування.

Сукупність політичних, військових, правових, економічних, технологічних і соціальних факторів потребує глибокого аналізу сукупності нормативних документів у названих галузях, визначення їх ролі в інноваційному розвитку промислових підприємств.

Аналіз групи факторів дозволяє визначити стратегію інноваційного розвитку промислових підприємств, виходячи з довгострокової політики держави у

галузі формування промислового комплексу як системи взаємопов'язаних підприємств і організацій, здатних забезпечити економічну безпеку і економічне зростання. Ця стратегія знайшла своє відображення в державній промисловій політиці.

Методологія формування стратегії інноваційного розвитку компанії будується на основі багаторівневого підходу, що дозволяє визначити стратегічні цілі інноваційного розвитку великої компанії на державному, регіональному та виробничому рівнях управління [8].

Стратегія державної промислової політики, визначена на основі довгострокової політики держави у галузі формування промислового комплексу як системи взаємопов'язаних підприємств і організацій, здатних забезпечити економічну безпеку й економічне зростання України, може бути основою визначення стратегічних цілей інноваційного розвитку великих компаній по відношенню до виділених рівнів управління (рис. 1): державний рівень – забезпечення модернізації та структурної перебудови виробничого потенціалу, ефективного освоєння науково-технічних розробок, утвердження на цій основі України як високотехнологічної держави; регіональний – техніко-технологічне переозброєння на основі самофінансування, залучення вітчизняних та іноземних інвесторів з метою збільшення випуску товарів, конкурентоспроможних на світовому і внутрішньому ринках; виробничий – формування наукоємких виробничих процесів, що забезпечують випуск продукції, конкурентоспроможної на внутрішньому і зовнішньому ринку.

Вивчення зарубіжного досвіду формування стратегії інноваційного розвитку великих компаній доводить, що методологія цього процесу будується на основі таких концептуальних положень.

По-перше, стратегія інноваційного розвитку підприємства тісно пов'язана з основною стратегією стратегічного менеджменту компанії – стратегією зростання.

Стратегія зростання може базуватися на внутрішніх (інвестиції в розширення виробництва) або зовнішніх (придбання нових бізнес-підрозділів) джерелах.

Внутрішнє зростання здійснюється, як правило, у формі створення нових або зміни існуючих товарів, виведення продукту на нові ринки. Зовнішнє зростання зазвичай відбувається у формі диверсифікації, коли компанія поглинає наявні подібні товарні лінії або дають можливість виходу у нові сфери бізнесу.

По-друге, стратегія інноваційного розвитку підприємства має ринкову орієнтацію, тобто маркетингові дослідження щодо нового продукту визначають цілі і завдання інноваційного розвитку.

По-третє, стратегія нового продукту – це стратегія дослідження і розробки, так звана стратегія R&D (Research and Development). Дана абревіатура є усталеною за кордоном.

Великі компанії, як правило, розробляють і виробляють кілька видів інноваційної продукції, прагнучи мати стійке положення на світовому ринку. Тому в умовах глобалізації для великих компаній є характерним створення філій за кордоном в тих країнах, де є найбільш сприятливі умови для наступних складових єдиного інноваційного ланцюга «розробка інноваційного продукту-виробництво-ринок». Для великих компаній все частіше цей ланцюг в територіальному плані буває розірваний.



Рис. 1. Стратегічні цілі інноваційного розвитку великої компанії

Методологія формування стратегії інноваційного розвитку великої компанії включає дослідження ринку інноваційних продуктів. Ця робота починається з патентних досліджень, що дозволяють скласти конкретні уявлення про те, де і які ніші ринку зайняті, а які вільні. Маркетингові дослідження проводяться ще до початку науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт.

У процесі реалізації стратегії і розробки створюються нематеріальні активи великої компанії, поділяються на такі групи:

Інтелектуальна власність – об'єкти промислової власності (винаходи, корисні моделі, промислові зразки, товарні знаки і знаки обслуговування, найменування місць походження товарів, раціональні пропозиції), об'єкти авторського права (всі види наукових, літературних, художніх творів, програмні продукти, топології інтегральних мікросхем, схеми, карти, нетиражовані і неопубліковані документи, конструкторсько-технологічна документація та ін.);

майнові права – права на володіння чим-небудь (надрами, водними, земельними та іншими ресурсами, майном);

відкладені витрати – організаційні витрати, науково-дослідні та дослідно-конструкторські розробки;

ціна фірми (ділова репутація), гудвіл – різниця між вартістю фірми як єдиного цілого і вартістю її активів;

неохоронні активи – «ноу-хау», науковий результат.

При розробці стратегії інноваційного розвитку компанії необхідно враховувати стратегію організації виробництва інноваційної продукції на основі визначення ефективності вкладення інвестицій у виробничий процес.

Таким чином, організаційно-економічний механізм інноваційного розвитку великої компанії складається з декількох стратегічних складових, представлених на рис. 2.

Кожна із зазначених стратегій організаційно-економічного механізму інноваційного розвитку має свої форми і методи управління, що забезпечують досягнення поставлених цілей. Технології управління, що включають процедурні, організаційні, інформаційні, технічні аспекти реалізації стратегій, що є предметом інновацій у зв'язку з використанням нововведень в дослідженні ринку, у розробці нового продукту, організації технологічного оснащення виробництва.

Розроблена структура стратегій організаційно-економічного механізму інноваційного розвитку великої компанії вказує не тільки визначає основні на-

прями та складові організаційно-економічного забезпечення інноваційного розвитку великої компанії, але і на необхідність розробки сукупності методів, способів і прийомів в розв'язання даної проблеми.

Виробничий рівень організаційно-економічного механізму інноваційного розвитку включає всі стадії інноваційного процесу «розробка-виробництво-ринок».

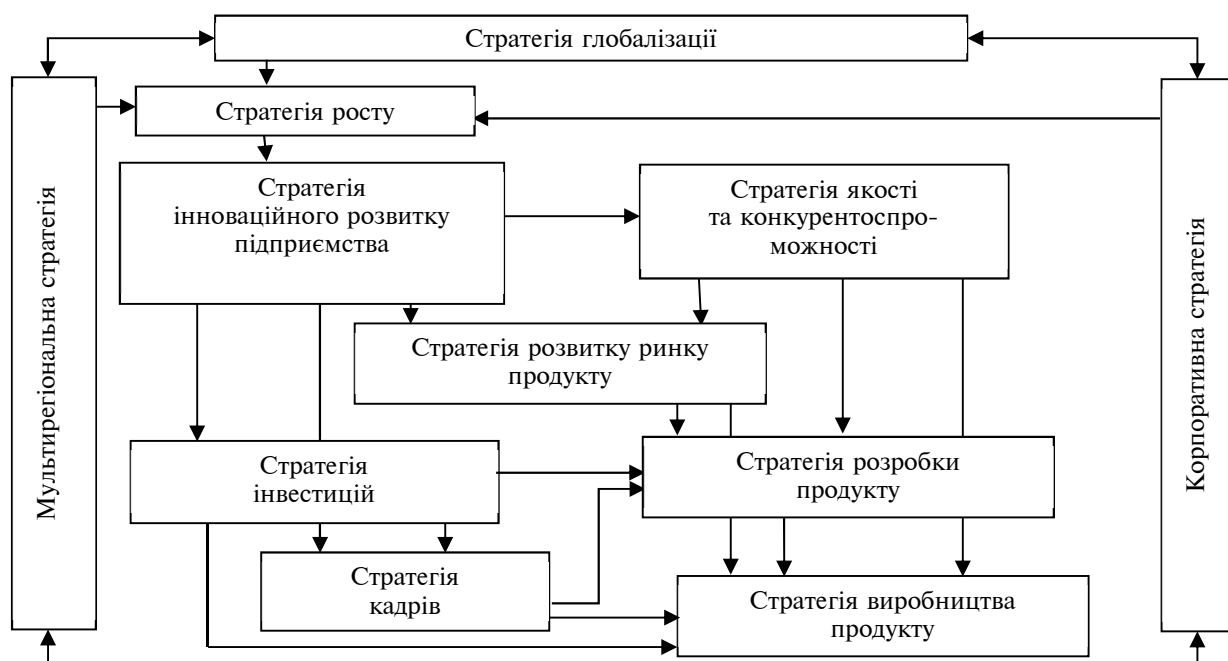


Рис. 2. Структура стратегій організаційно-економічного механізму інноваційного розвитку підприємства

Висновки. Таким чином, в сучасних умовах організаційно-економічний механізм інноваційного розвитку реалізує інвестиційну стратегію підприємства шляхом розробки та виконання інноваційних проєктів, головна особливість яких полягає у включенні в них робіт, пов'язаних з реалізацією дослідницької фази життєвого циклу інновацій.

Список використаних джерел

1. Ансофф И. Стратегическое управление: пер. с англ. – М.: Экономика. - 1989. – 519 с.; Друкер П. Ф. Рынок: как выйти в лидеры. Практика и принципы. – М.: Бук Чембер Интернешнл. – 1992. – 350 с.
2. Антонюк Л. Л. Інновації: Теорія, механізм розробки та комерціалізації : монографія / Л. Л. Антонюк, А. М. Поручник, В. С. Савчук. – К. : КНЕУ, 2003. – 394 с.
3. Інноваційна стратегія українських реформ / А. Гальчинський, В. Геєць, А. Кінах, В. Семиноженко. – К.: Знання, 2012. – 336 с.
4. Друкер П. Управление, нацеленное на результат. – М.: Бук Чембер Интернешнл, 1992. – 428 с.
5. Маркетинг і менеджмент інноваційного розвитку: монографія / ред. С. М. Ляшенко. – Суми: Унів. кн., 2006. – 728 с.
6. Инновации и экономический рост: Монография / Отв. ред. К. Микульский. – М. : Наука, 2010. – 377 с.
7. Портер М.Е. Стратегія конкуренції : пер. з англ. – К.: Основи, 1997. – 390 с.
8. Солоха Д.В. Формирование и реализация инновационного потенциала в условиях устойчивого развития промышленного региона: монографія – Донецьк: СПД Куприянов В.С., 2010. – 612 с.
9. Фатхутдинов Р. А. Инновационный менеджмент: учебник. – М.: Интер-синтез, 1998.
10. Шумпетер Й. Теория экономического развития (Исследование предложений, прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры): пер. с нем. – М.: Прогресс, 1982. – 455 с.