

ТЕОРЕТИЧНИЙ ОГЛЯД ПІДХОДІВ ДО ІНТЕНСИФІКАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

У світовій економіці питання пошуку шляхів виживання і розвитку як на рівні національних економік, так і на рівні окремих підприємств сьогодні є дуже актуальними. Проблема інтенсифікації переходу на інноваційний шлях розвитку особливо гостро постає перед вітчизняними промисловими підприємствами. Аналіз і узагальнення викладених у літературних джерелах підходів до активізації процесів інноваційного розвитку, а також методів і інструментів, які дістали визнання у практиці інноваційної діяльності, дозволив їх систематизувати наступним чином:

1. Методи регулювання і стимулювання інноваційної діяльності на державному рівні.

Фінансування інноваційної діяльності: пряме фінансування інноваційних розробок; податковий кредит; пільгові кредити: на технологічні нововведення; надання безвідсоткових позичок; державні субсидії; субсидування венчурного бізнесу; виділення коштів з бюджету федеральних відомств; державні дотації; обов'язкове залучення венчурних фірм до виконання крупних інноваційних проєктів; відшкодування витрат на нововведення у руслі державних програм.

Надання пільг: вилучення з суми оподатковано доходу; зменшення податку на прибуток для венчурних фірм; відсутність податку на оренду для венчурного бізнесу; пільги за амортизаційними відрахуваннями; страхування коштів, які надаються венчурним фірмам; списання витрат на НДДКР на собівартість продукції.

Організаційне забезпечення інноваційної діяльності зводиться, в основному, до формування і сприяння розвитку об'єктів інноваційної інфраструктури.

Аналіз вітчизняного державного регулювання інноваційної діяльності за вказаними напрямками свідчить про його неконкретність і, переважно, декларативний характер. А незначні заходи конкретної підтримки інноваторів носять суб'єктивний характер.

2. Формування і розвиток інноваційної культури. Відіграє винятково важливу роль для формування інноваційно-сприятливого середовища. Вона забезпечує передачу з минулого і сьогодення у майбутнє стійких типів інноваційної поведінки, які пройшли тривалу апробацію і ввійшли в систему цінностей суспільства; відбір новостворених чи запозичених інноваційних моделей поведінки, що відповідають потребам суспільства на певному етапі його розвитку; розробку нових типів інноваційної поведінки на основі зразків інноваційної діяльності, що виникли всередині певної суспільної культури чи привнесені ззовні.

Її формування відбувається на двох рівнях: державному, рівні окремого господарюючого суб'єкта. Розглянемо їх особливості.

3. Інструменти і методи управління розвитком на рівні підприємства.

Інструменти менеджменту: місія і стратегічне бачення; збалансована система показників; стратегічне планування; планування сценаріїв розвитку, як мінімум, песимістичного, оптимістичного, номінального; стратегії зростання; процесно-орієнтоване управління; управління знаннями.

Інструменти маркетингу: сегментація споживачів; бенчмаркетинг; управління відносинами зі споживачами; вимірювання рівня задоволення споживачів; персоналізований маркетинг; аналіз можливостей зміни ринкових тенденцій.

Організаційні інструменти: скорочення витрат часу; формування команд злиття; аутсорсинг; реінжиніринг бізнес-процесів; стратегічні альянси; інтеграційні ланцюги постачань; TQM.

Фінансові інструменти: венчурне фінансування; концепція реальних опціонів; оплата за результатами; аналіз акціонерної вартості.

Які з методів управління розвитком слід використовувати визначається виходячи з специфіки виду діяльності, особливостей підприємства та ринку на якому воно працює і т.д. Аналіз практики діяльності компаній різних країн світу свідчить, що доцільно застосовувати одночасно кілька методів. Це забезпечує синергетичний ефект посилюючого характеру.

Практика найбільш розвинених у соціально-економічному плані країн свідчить, що для інтенсифікації процесів їх розвитку вони використовують усі три групи інструментів і методів. З трьох груп методів і інструментів інтенсифікації переходу господарюючих суб'єктів на інноваційний розвиток найменш дослідженими і найменш формалізованими є методи, які стосуються формування і розвитку інноваційної культури, особливо на рівні окремого підприємства чи установи.

1. Ілляшенко С. М. Інноваційний менеджмент : підручник / С. М. Ілляшенко. – Суми : Університетська книга, 2010. – 334 с.

2. Касьяненко В.О. Зарубіжний досвід управління інноваційним потенціалом економіки та можливості його використання в Україні / В.О. Касьяненко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 4. Т. 2. – С. 200-204.

3. Лучшие инструменты управления компанией [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.cfin.ru/management/strategy/management_tools.shtml.

4. Маркетинг. Менеджмент. Інновації : монографія / за заг. редакцією д.е.н., проф. С. М. Ілляшенка. – Суми: ТОВ «ТД «Папірус», 2010. – 624 с.