

НАРОЩУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПОТЕНЦІАЛІВ ПІДПРИЄМСТВ В МЕЖАХ НАЦІОНАЛЬНИХ МОДЕЛЕЙ ДЕРЖАВНОГО ПРОТЕКЦІОНІЗМУ: МАРКЕТИНГОВИЙ АСПЕКТ

Однією з найважливіших задач управління сучасними підприємствами виступає забезпечення їх інноваційного розвитку з урахуванням дії сукупності різноманітних факторів середовища. Як відзначають дослідники з питань інноваційного менеджменту, наразі набувають підвищеної значущості інституційні чинники впливу на нарощування інноваційних можливостей підприємств (збільшення інноваційних потенціалів), відображаючи комплексний вплив моделей державного протекціонізму інновацій на функціонування мікроінноваційних потенціалів [1, с. 46-47; 2, с. 35-37; 3]. Враховуючи вищесказане, метою даних тез є виділення переваг гармонізації інноваційних потенціалів національних підприємств, використовуючи особливості різних моделей державного протекціонізму на засадах маркетингу взаємодій. Для досягнення поставленої мети необхідно розв'язати наступні задачі: 1) виявити спільні риси та відмінності існуючих моделей державного протекціонізму інновацій; 2) використовуючи концепцію маркетингу взаємодій, виявити вплив цих моделей на можливості нарощування інноваційних потенціалів національних підприємств.

Аналіз відповідних літературних джерел показав, що існують три основних моделі державного управління інноваційним розвитком національної економічної системи („державний протекціонізм”) [4, с. 36-37; 5, с. 27; 6, с. 6]:

1) американська, головною ідеєю якої є забезпечення здатності країни втілювати інновації в висококонкурентні товари та послуги, завдяки: а) створенню сприятливого податкового середовища; б) довгостроковій державній підтримці НДДКР у передових областях науки і технології; в) формуванню дослідних партнерств для розширення виробництва і комерціалізації промислових інновацій; г) створенню сприятливого інвестиційного клімату для активізації інноваційної діяльності підприємницьких структур; д) формуванню промислових кластерів та е) стимулюванню розвитку венчурного підприємництва тощо;

2) європейська, спрямована на забезпечення здатності суспільства генерувати високу інноваційну активність з метою підвищення рівня якості життя шляхом: а) застосування державних гарантій засвоєння суспільством нової інноваційної культури як стратегічного ресурсу розвитку економічної системи; б) формування гнучкої системи підтримки малих і середніх підприємств завдяки стимулюванню розвитку венчурного підприємництва, в) поширення мікрокредитування; г) створення бізнес-інкубаторів; д) розширення бюджетних асигнувань на розвиток інноваційної діяльності бізнесу та е) зниження податків на інноваційні інвестиції;

3) азіатська, орієнтована на проведення селекції технологій для отримання високого комерційного результату на внутрішньому та зовнішньому ринках завдяки: а) стимулюванню експортоорієнтованої інноваційної діяльності; б) субсидуванню національних експортерів; в) наданню податкових пільг тощо; г) реалізації програм цільового розвитку при достатньо жорсткому контролю іноземного капіталу з боку держави тощо.

Порівняння означених моделей з позицій маркетингу взаємодій [7, с. 202-210] дозволило дійти висновку про орієнтованість американської моделі на формування сприятливих умов взаємовигідних контактів мікроекономічних суб'єктів в ході побудови останніми власних інноваційних потенціалів. У той же час, європейська та азіатська моделі підкреслюють безпосередню участь держави у інноваційному процесі, яка виступає активним фінансовим партнером та впливає (в межах європейської моделі) на формування інтелектуальної складової мікроінноваційних потенціалів. Дія означених моделей державного протекціонізму підвищує досяжність інвестиційно-фінансових ресурсів для національних підприємств (для європейської моделі – також інтелектуальних ресурсів); формує основи партнерських відносин в інноваційній сфері діяльності (американська й європейська моделі державного протекціонізму); сприяє формуванню стійкої моделі взаємовигідних контактів підприємств, що фактично стає додатковим інституційно-економічним ресурсом, підсилюючим інноваційні можливості останніх.

1. Качала Т. Особливості формування та реалізації інноваційного потенціалу регіону // Економіст. – 2007. - №9. – С. 46-47.
2. Єресько І.Г. Оцінка інноваційного потенціалу України // Економіка та держава. – 2006. - № 4. – С. 34-38.
3. Хачатурян Х.В. Інноваційні зміни у функціях і стратегічних орієнтирах системи державного управління // <http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/DUTP/2005-2/txts/phil0/05xxvsdu.pdf>
4. Варналій З., Хаустов В., Білич В. Проблеми та пріоритетні напрями інноваційного розвитку малого підприємництва у Києві // Економіст. – 2006. - № 3. – С. 36-39.
5. Бутко М. Інноваційні імперативи регіонального розвитку в Україні // Економіст. – 2006. - № 7 - С. 26-29.
6. Четов М. Инновационная составляющая рыночной трансформации // Экономика Украины. – 2004. - № 11 – С. 4-14.
7. Маркетинг. Менеджмент. Інновації: Монографія / за ред. д.е.н. проф. С.М. Ілляшенка, - Суми: ТОВ "Друкарський дім "Папірус", 2010. – 621 с.