

Розділ 3

Інноваційний менеджмент

УДК 330.341.12

Шипуліна Юлія Сергіївна,

к.е.н, доцент, доцент кафедри маркетингу та УІД Сумського державного університету;

Гляшенко Сергій Миколайович,

д.е.н, професор, завідувач кафедри маркетингу та УІД Сумського державного університету

РОЗВИТОК ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛІГІЧНИХ ЗАСАД ПЕРЕХОДУ ПІДПРИЄМСТВ НА ІННОВАЦІЙНИЙ ШЛЯХ РОЗВИТКУ ¹

Викладено аналіз тенденцій розвитку теоретико-методологічних підходів до управління процесами інтенсифікації переходу вітчизняних підприємств на інноваційний шлях розвитку. Отримані результати можуть бути покладені в основу формування передумов створення інноваційно-сприятливого середовища на вітчизняних підприємствах.

Ключові слова: інноваційний розвиток, принципи переходу, методи управління, еволюція, мікрорівень, адаптація, управління змінами, людський фактор, інноваційна культура.

Постановка проблеми в загальному вигляді. Світовий досвід переконливо доводить, що країни, які беруть за основу інновації, відзначаються високим рівнем соціально-економічного розвитку і стандартами якості життя свого населення. Для України, економіка якої базується на виробництвах III-IV технологічних укладів [25], і які в економічно розвинених країнах втратили свою актуальність відповідно у 30-ті і 80-ті роки минулого століття, перехід на інноваційний розвиток є безальтернативним. Лише створення і впровадження інновацій дозволить на рівних увійти у світове співтовариство цивілізованих країн, звичайно, якщо не вдовольнитися роллю джерела дешевої робочої сили, промислової зони для розміщення екологічно небезпечних виробництв, європейського смітника для захоронення небезпечних відходів чи споживача сурогатних товарів.

Проте, навіть у концептуальних документах, що задають траєкторію розвитку держави на перспективу, немає чіткої відповіді щодо пріоритетних шляхів розвитку. Зокрема, у Законі України «Про загальнодержавну комплексну програму розвитку високих наукоємних технологій» фактично закріплюється існуюча технологічна багатоукладність і реалізується наздоганяючий розвиток, який у жодній країні світу не довів своєї ефективності. А у «Стратегії соціально-економічного розвитку до 2015 року» пропонується інноваційний прорив. Очевидно, для зняття існуючих протиріч слід

¹ Робота виконувалася за рахунок бюджетних коштів МОН України, наданих як Грант Президента України для молодих учених на виконання науково-дослідної роботи «Формування механізму управління потенціалом інноваційного розвитку промислових підприємств у контексті концепції стійкого розвитку»

проаналізувати існуючі методологічні та теоретико-методичні напрацювання і на їхній основі, з урахуванням світового досвіду і, безумовно, специфіки України визначити й науково обґрунтувати концептуальні засади переходу вітчизняної економіки на інноваційний шлях розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Причини і джерела забезпечення економічного розвитку на різних рівнях узагальнено досліджено у працях М. Кондратьєва, Г. Менша, М. Туган-Барановського, Й. Шумпетера, Г. Жугляра, С. Кузнеця, С. Глазьева [4, 33] та ін. Було доведено, що основою економічного розвитку є інновації. Їх праці стали підґрунтя інноватики як науки, що вивчає принципи, закони і закономірності інноваційних процесів у соціально-економічних системах, моделі і методи описання, дослідження, організації й управління інноваційною діяльністю на макrorівні (держава), мезорівні (регіони і галузі) і макrorівні (підприємства і установи) [10]. Методологічні і теоретико-методичні проблеми забезпечення переходу вітчизняної економіки на інноваційний шлях розвитку опрацьовано у працях В. Гейця, А. Гальчинського, В. Семиноженка, С. Єрохіна, Л. Мельника та ін. [2, 3, 7, 23, 24, 26]. Проте вони в основному стосуються макроекономічного регулювання інноваційних процесів і практично не розглядають макrorівень, особливо підприємства малого бізнесу. Проте практика створення і впровадження інновацій у провідних країнах світу свідчить, що вони відіграють значну роль у забезпеченні інноваційного розвитку. Так у 70-80-х роках ХХ ст. у США кожне четверте велике нововведення було розроблено і впроваджено у фірмах з кількістю працюючих менше ніж 100 осіб. Їм належать такі винаходи, як електрографія, вакуумні лампи, кольоровий фотопапір, мікропроцесор, персональний комп'ютер та ін. Статистика засвідчує, що авторами більш ніж 60% великих нововведень ХХ ст. є венчурні фірми. Кількість нововведень на 1 дол. витрат на НДДКР у малих фірмах у 24 рази перевищує їх кількість у компаніях з кількістю зайнятих понад 10 тис. осіб. У США на малі фірми наприкінці ХХ ст. припадало 25-30% великих винаходів; витрати на один винахід – близько 87 тис. дол. проти 2 млн дол. у великих корпораціях [8, 17]. Не враховувати цей досвід у вітчизняній практиці було б нерозумно.

Ураховуючи викладене, **метою даної роботи** є системний аналіз теоретико-методологічних підходів до управління інноваційною діяльністю на мікрорівні для формування рекомендацій щодо забезпечення умов інтенсифікації переходу вітчизняних підприємств та установ на інноваційний шлях розвитку.

Основні результати. Проведений аналіз показує, що саме мікрорівень є об'єктом сучасних теорій інноваційного розвитку, які вивчають питання оперативної реакції суб'єктів господарювання на зміни ситуації на ринку шляхом розроблення нових конкурентоспроможних видів продукції, зміни власної структури, системи управління виробництвом і збутом, а також цілеспрямованого управління змінами. Так, у роботі [31] до сучасних теорій інноваційного розвитку віднесено: теорію інтелектуальної технології Ф. Хайека, теорію «підривних інновацій» К. Крістинсена [21], теорію екологічної економіки (економіки космічного корабля) К. Боулінга та Д. Медоуса, теорію інноваційної економіки підприємницького типу П. Друкера та ін., які, по суті, базуються на приведенні у відповідність до зовнішніх (ринкових можливостей і загроз) внутрішніх можливостей розвитку (потенціалу підприємства-інноватора). У руслі цих теорій знаходяться і погляди Л.Г. Мельника, який в основу розвитку ставить інформацію про стан зовнішнього та внутрішнього середовища господарювання, можливості прогресивних (інноваційних, виділено авт.) змін у стані систем господарювання і суспільства в цілому, способи реалізації цих змін, існуючі обмеження на шляху розвитку тощо [24].

Важливість ролі підприємця в інноваційній діяльності відзначав ще засновник теорії інноватики Й. Шумпетер [33], який розглядав підприємця як ланцюг, що поєднує винахід і нововведення (інновацію в сучасному розумінні). При цьому підприємець завжди знаходиться в пошуку змін, реагує на них і використовує їх як шанс розвитку.

П. Друкер [5, 6] розглядає інновації як найкращий спосіб адаптації підприємства до змін умов господарювання, причому серед інновацій як найбільш перспективні він виділяв інновації, що ґрунтуються на знаннях. Взагалі основою розвитку підприємства він вважав маркетинг і інновації. Ці його погляди набули розвитку і підтвердження щодо практики господарювання в умовах України, зокрема у працях [12, 13, 22]. У них показано, що: маркетинг пов'язаний з аналізом і визначенням пріоритетних напрямків інноваційного розвитку наявних ринкових можливостей, для реалізації яких є зовнішні та внутрішні умови, орієнтацією виробництва та збуту інноваційної продукції на задоволення запитів споживачів, формування та стимулювання попиту [22]; інновації – з утіленням досягнень науки і техніки в нову продукцію, здатну задовольнити запити споживачів та принести прибуток їхньому розробнику і виробнику.

Практика антикризового менеджменту вітчизняних підприємств підтверджує, що найбільш ефективною стратегією виходу з кризового стану, стабілізації та забезпечення стійкого розвитку машинобудівних підприємств є інноваційна [28].

Виконана Ю.С. Погореловим систематизація способів розвитку підприємства [25, с. 238-241] показує, що практично всі вони базуються на інноваціях: організаційних, управлінських, маркетингових, продуктових тощо або ж їхніх комбінаціях. Авторами згруповані виділені у [25] способи розвитку підприємства за видами інноваційних змін:

- організаційні: організаційний розвиток; формування ланцюга цінності, що зароджується; аутсорсинг; цільове злиття-поглинання; інтеграція ланцюжка постачань; формування стратегічних альянсів та інтеграційних об'єднань; реінжиніринг бізнес-процесів;
- управлінські: 6 сигма; формування правил поведінки персоналу; створення ключових компетенцій; програми управління змінами; тотальне управління якістю; організація управління за операціями та процесами; агломерація образу майбутнього; управління знаннями; впровадження системи ощадливого виробництва;
- маркетингові: сегментація споживачів; бенчмаркетинг; формування системи стосунків з клієнтами; франчайзинг;
- продуктові: внутрішні корпоративні проекти.

Слід зазначити, що окремі способи розвитку передбачають впровадження кількох типів інновацій, тому вони віднесені автором до тієї чи іншої групи за більшою вагомістю інновацій певного типу.

До сучасних форм організаційних інновацій відносять створення мережових підприємницьких структур, типовим представником яких є глобальна компанія *Nokia*, що зобов'язана своїм успіхом таким основним елементам нової бізнес-структури [18, 20]: нові продукти й індустріальна структура; фундаментальні зміни фінансової структури; інноваційна модель мережевого підприємства.

Е. Гофлер, аналізуючи нові організаційні форми бізнесу [29], наводить приклади створення керівництвом підприємств або за їхнім дорученням незалежних самокерованих колективів (проектних команд) фахівців, яким ставиться нечітко сформульована проблема або завдання, виділяються відповідні ресурси й надається повна свобода дій (природно, періодична звітність, але тільки за досягнуті результати, зберігається). Ці команди діють як незалежні підприємства на свій страх і ризик, їхня діяльність набуває самоорганізуючого характеру. Практика показує, що такі колективи (*Honda* – автомобілебудування; *IBM* – виробництво персональних комп'ютерів; *Nippon*

Electric Company – проектування й виробництво мікропроцесорів та ін.) працюють набагато ефективніше, ніж ієрархічні. У таких колективах лідерство базується на вміннях і компетентності, а не на формальних чинах і званнях, тому можливі конфлікти з формальними лідерами.

Там само [29] аналізується діяльність проектних команд, що самозароджуються. У такі команди об'єднуються групи фахівців (за допомогою комп'ютерних мереж), які займаються однією й тією самою проблематикою. Вони можуть працювати в одній великій компанії, підрозділі якої розкидані по всьому світу (наприклад, групи інженерного менеджменту в *Digital Equipment Corporation*), а можуть бути абсолютно незалежними. Ступінь автономії в такій команді дуже висока (практично повна), вони можуть установлювати власні завдання й обговорювати їх, допомагаючи, таким чином, один одному. У результаті відбувається лавиноподібне зростання кількості та якості творчих рішень.

Такого роду команди сьогодні створюються і в Україні (переважно з фахівців у галузі ІТ-технологій), хоча вони, на жаль (чи на щастя, оскільки найвищий рівень кваліфікації таких працівників в Україні не затребуваний, вітчизняний бізнес не готовий адекватно оплачувати їхню працю), виконують замовлення іноземних великих фірм та корпорацій.

Однозначних рекомендацій щодо використання новітніх організаційних структур немає, усе визначається специфікою діяльності самого підприємства й особливостями ринку чи галузі. Необхідно зазначити, що нові організаційні структури виникають і реально використовуються на ринках і в галузях із високим рівнем конкуренції, коли втриматися, а тим більше розвинутися можна тільки шляхом постійного пошуку й використання нових способів і сфер реалізації потенціалу підприємства (у першу чергу інтелектуального), тобто інноваційним шляхом. У цьому випадку самі обставини змушують власників і керівництво підприємств займатися реформами, ділитися повноваженнями, надавати всезростаючу свободу творчості (однак не повну безконтрольність) персоналу підприємств. Практика свідчить, що підприємства інноваційного бізнесу, керівництво яких намагається зберегти тверді бюрократичні (що ґрунтуються на ієрархічності) структури управління, конкуренти рано або пізно витіснять із ринку [9].

Проте інноваційний розвиток не означає лише реагування на зміни зовнішнього середовища господарювання з метою оперативнішої і кращої, ніж конкуренти, адаптації до змін, реалізуючи стратегію втягування інновацій ринком. Найбільш успішні інновації (комп'ютер, лазер, ядерна енергетика, оптоволоконна техніка) спричиняли формування нових ринків і нових галузей, тобто реалізували стратегію прощтовхування на ринок. Хоча шанси на успіх такого роду інновацій є надзвичайно малими, пов'язаний з ними ризик відповідно є дуже значним. Проте у випадку успіху інноватор може зайняти ринкові позиції першовідкривача ринку. Виходячи з цього, для підвищення шансів на ринковий успіх і зниження ризику розвиток інноваційним шляхом повинен передбачати [15]: маркетингове прогнозування для виявлення найбільш імовірних тенденцій зміни споживчого попиту на аналізованих товарних ринках, у поєднанні з експертними оцінками стану розвитку науки і техніки, для визначення можливостей втілення наявних і перспективних науково-технічних розробок у нові продукти, технології їх виготовлення і просування на ринку, які б відповідали існуючим і перспективним запитам споживачів. Це дозволить виділити й обґрунтувати перспективні з комерційної точки зору напрями науково-технологічного інноваційного розвитку.

Таким чином, аналіз концептуальних підходів вітчизняних і зарубіжних науковців

до формування адаптивних (до змін умов зовнішнього середовища) стратегій інноваційного розвитку підприємств та установ, а також до управління змінами, у тому числі у зовнішньому середовищі (зміни у поведінці споживачів чи інших економічних контрагентів, упровадження певних стандартів, наприклад, шумових чи екодеструктивних характеристик авіадвигунів, цифрового телебачення, протоколів обміну даними у комп'ютерних мережах, що актуалізує інноваційні розробки відповідної спрямованості), свідчить, що переважна їх більшість зводиться до управління організаційними змінами [1, 25].

Визнаючи справедливості твердження ряду науковців, що на сучасному етапі економічного розвитку серед функцій управління провідну роль відіграє організація, авторами показано, що розвиток інноваційним шляхом потребує наявності певних передумов, головною з яких є певний рівень потенціалу інноваційного розвитку [26]. У авторській інтерпретації він складається з трьох потенціалів-підсистем: інноваційного, виробничо-збутового, ринкового. При цьому потенціал інноваційного розвитку (як і кожен потенціал-підсистема) розглядають з двох позицій: як певну сукупність ресурсів, необхідну і достатню для розвитку інноваційним шляхом; як здатність і спроможність реалізувати ці ресурси. Підходи до оцінки і управління ресурсною частиною достатньо опрацьовані і перевірені практикою, проте друга значною мірою є недослідженою.

Інноваційна діяльність як вид інтелектуальної діяльності значною мірою залежить від здатності активізувати, реалізувати і розвивати інтелектуальний креативний потенціал колективу працівників підприємства, наявності сприятливого мікроклімату, тобто інноваційної культури. Вона є одним із основних елементів здатнісної частини потенціалу інноваційного розвитку [11], зокрема, таких його потенціалів-підсистем: інноваційного (інтелектуальна і науково-дослідна складові); виробничо-збутового (кадрова і організаційно-управлінська складові). У роботах [9, 32] показано, що на рівні підприємства її слід розглядати як накопичені знання, досвід, переконання, особливості поведінки і взаємовідносин персоналу (менеджерів, інженерно-технічних працівників, робітників), систему його мотивації, порядки в організації тощо, які характеризують ступінь сприятливості окремих працівників, груп працівників (підрозділів) і організації у цілому до розроблення і впровадження нововведень, готовність втілити їх у нові продукти, технології, управлінські рішення тощо. З цих позицій інноваційна культура розглядається переважно як частина інтелектуального капіталу підприємства, яка характеризує спроможність його реалізації [16, 32]. Зокрема, вона визначає стан таких елементів інтелектуального капіталу:

- людського капіталу: креативний спосіб мислення, здатність вийти за межі наявних знань і досвіду, критичне ставлення до авторитетів, моральність, культура праці, прагнення до самореалізації й визнання, націленість на результат, результативність праці, здатність до тривалої мобілізації й зосередження, безперервне самонавчання й самовдосконалення, здатність до прогнозування в умовах невизначеності, відчуття затребуваності, знань, досвіду та ін., бажання й здатність передати знання, навички, досвід та ін. учням і колегам;

- організаційного капіталу: свобода творчості від політичних, релігійних, бюрократичних та інших обмежень, корпоративна культура, затребуваність інновацій та інноваторів, захищеність авторських прав, висока оплата результатів праці, участь інноваторів у прибутку підприємства, толерантне ставлення колег і суспільства, визнання й вдячність колег і керівництва, сприйнятливості організації до несподіваних, нетривіальних рішень, сприятливі умови праці й відпочинку.

Схема впливу інноваційної культури на формування передумов інноваційного розвитку підприємства подана на рис. 1. Пунктиром показано зворотні зв'язки.

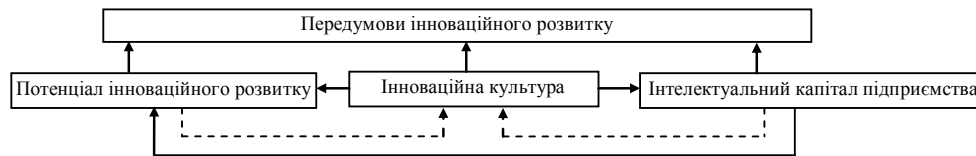


Рисунок 1 – Схема формування інноваційно сприятливого середовища на підприємстві, [авторська розробка]

Наявні тенденції та практика діяльності окремих суб'єктів господарювання та країн, що стали на шлях інноваційного розвитку, свідчать, що питання формування системи інноваційно сприятливого середовища господарювання як на макрорівні, так і на рівні окремих підприємств та установ набувають все більшої актуальності.

Світовий і вітчизняний досвід свідчить, що, здавалося б, однакові за потенціалом підприємства по-різному сприймають інновації й інноваційну діяльність і, отже, по-різному реагують на зміни мікро- і макросередовища господарювання. За даними роботи [28], у якій досліджувалися шляхи виходу підприємств Харківської обл. з кризи (на основі інновацій, удосконалення системи управління, маркетингу; фінансової санації, реструктуризації, реорганізації), інноваційний розвиток обирали підприємства з певними традиціями інноваційної діяльності, тобто ті, які мали достатній рівень інноваційної культури. Це свідчить, що успіх інноваційного розвитку значною мірою залежить від людського фактора.

Слід зазначити, що роль людського фактора у ході еволюції концепцій управління підприємствами постійно зростає (рис. 2).

Аналіз рис. 2 свідчить, що поступово зменшувалася монотонність праці, зростав її творчий характер, збільшувалася вагомість ролі конкретного працівника у результатах діяльності підприємства у цілому, розширювалося розуміння суті виконуваних робіт - від окремого робочого місця до масштабів підприємства.

Аналогічні процеси відбувалися і у ході еволюції системи організації і управління інноваційною діяльністю (рис. 3): від періоду, коли інноваційні розробки виконувалися лише працівниками науково-дослідних лабораторій, до сучасних реалій, коли найбільш успішні підприємства перебудували свою діяльність таким чином, що у інноваційній діяльності (у різних її проявах) став брати участь практично весь персонал підприємства. З іншого погляду, відбулася еволюція мотивації інноваційної діяльності від задоволення потреб підприємства-товаровиробника (виробника виробів чи послуг) до задоволення реальних і прихованих потреб споживачів (звісно, при безумовному задоволенні власних потреб), управління змінами цих потреб і їх програмування.

Підтвердження цьому можна знайти у роботах Ілляшенко Н.С. [12, 14] у яких розглядається еволюція концепцій маркетингу, де їх автором виділяється окрема концепція – концепція інноваційного маркетингу, що передбачає інноваційне управління на ринкових засадах процесами створення та поширення інновацій з метою задоволення потреб як самих товаровиробників-інноваторів, так і споживачів.

Узагальнення викладеного дозволило автору визначити основні принципи переходу суб'єкта господарювання на інноваційний шлях розвитку:

- адаптації до змін умов господарювання шляхом приведення у відповідність внутрішніх можливостей інноваційного розвитку до зовнішніх, які генеруються ринком;
- урахування дуалізму впливу змін умов зовнішнього середовища, які, з одного боку, підвищують ризики підприємницької діяльності, з іншого – надають шанс на ринковий успіх;

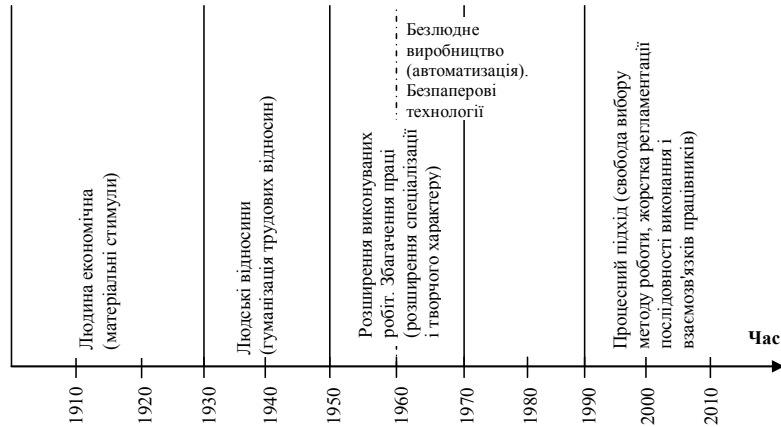


Рисунок 2 – Зміна ролі людського фактора у процесі еволюції концепцій управління, [побудовано авторами за даними 30]

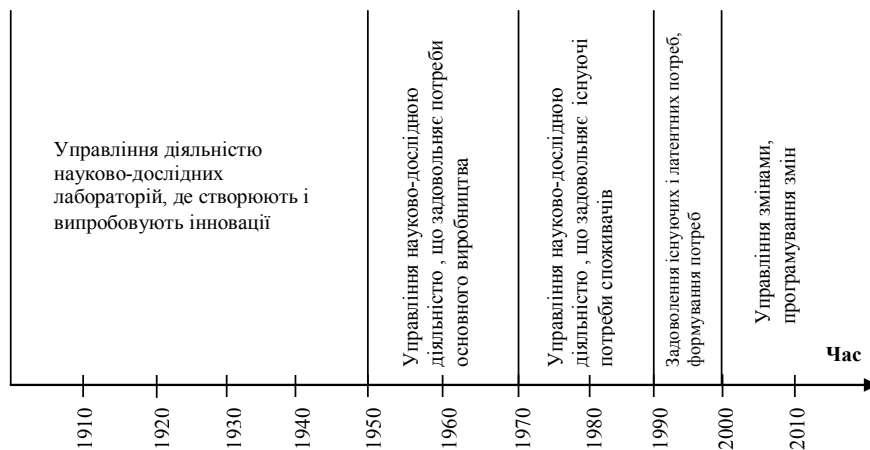


Рисунок 3 – Еволюція системи управління інноваційною діяльністю, [побудовано авторами за даними 19]

- комбінування інновацій різних видів із переважною пріоритетністю організаційних;
- використання нових організаційних форм, нові задачі потребують і нових підходів до їх розв'язання;
- формування мережових підприємницьких структур, які підтверджують свою високу ефективність у світовій практиці інноваційного розвитку;
- моніторингу тенденцій зміни споживчого попиту на цільових товарних ринках, а також вектора розвитку науки і техніки для визначення можливостей втілення наявних і перспективних науково-технічних розробок у нові продукти, технології їх виготовлення і просування на ринку, які б відповідали існуючим і перспективним запитам споживачів, а відповідно мали б більші шанси на ринковий успіх;

- поєднання стратегії адаптації (за рахунок створення і впровадження інновацій різних видів) зі стратегією управління змінами з метою забезпечення конкурентних переваг;

- зростання ролі людського фактора, креативного потенціалу персоналу підприємства у забезпеченні успіху інноваційної діяльності, тенденції до залучення всього персоналу (принаймні, основного) у її проведенні;

- формування і розвитку інноваційної культури як передумови створення інноваційно сприятливого середовища на рівні підприємства.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Підбиваючи підсумки, необхідно зазначити:

- на основі аналізу концептуальних підходів до переходу вітчизняної економіки на інноваційний шлях розвитку встановлено, що основна увага приділяється методам державного регулювання інноваційної діяльності і практично не враховується роль окремих підприємств, особливо малого і середнього бізнесу, які показали свою високу ефективність як рушії інноваційного розвитку у найбільш розвинених країнах;

- аналіз теоретичних засад і практики активізації інноваційної діяльності показав, що провідну роль відіграють організаційні інновації, світові лідери інноваційного бізнесу своїм успіхом значною мірою зобов'язані впровадженню і використанню нових організаційних форм;

- показано, що інноваційна діяльність повинна передбачати як роботи з адаптації потенціалу підприємства до змін умов зовнішнього середовища, що дають шанс розвитку, так і роботи з управління змінами у середовищі господарювання, у напрямках, які виявлені у результаті аналізу тенденцій змін науково-технічного прогресу та споживчого попиту;

- встановлено тенденції зміни ролі людського фактора у процесі еволюції концепцій управління;

- проаналізована еволюція системи управління інноваційною діяльністю і встановлено тенденції зміни її орієнтації: від задоволення потреб і вирішення проблем власної виробничо-збутової діяльності за рахунок упровадження інновацій до орієнтації на задоволення наявних і перспективних потреб споживачів цілеспрямованого формування і програмування цих потреб;

- показано, що активізація інноваційної діяльності потребує формування інноваційно сприятливого середовища не тільки на макрорівні, але й на мікрорівні господарювання – інноваційної культури, елементи якої є складовою частиною потенціалу інноваційного розвитку і одночасно інтелектуального капіталу підприємства;

- визначено основні принципи, дотримання яких активізує процеси переходу суб'єктів господарювання на інноваційний шлях розвитку.

Подальші дослідження повинні бути спрямовані на виявлення сучасних тенденцій інтенсифікації інноваційного розвитку та формування організаційно-економічних передумов створення інноваційно-сприятливого середовища на підприємстві.

1. Воронков Д.К. Розвиток підприємства: управління змінами та інновації : монографія / Д.К. Воронков, Ю.С. Погорелов. – Харків : АдВАTM, 2009. – 436 с.

2. Гальчинський А. Україна: наука та інноваційний розвиток / А. Гальчинський, В. Геєць, В. Семиноженко. – К. : Оранта, 1997. – 286 с.

3. Геєць В.М. Інноваційні перспективи України / В.М. Геєць, В.П. Семиноженко. – Харків : Константа, 2006. – 272 с.

4. Глазьев С.Ю. Теории долгосрочного технико-экономического развития / С.Ю. Глазьев. – М. : ВладДар, 1993. – 223 с.
5. Друкер П. Эффективное управление. Экономические задачи и оптимальные решения / П. Друкер ; пер. М. Котельникова. – М. : ФАИР-ПРЕСС, 2002. – 288 с.
6. Друкер Питер Ф. Рынок: как выйти в лидеры. Практика и принципы / Друкер Питер Ф. – М. : book chamber international, 1992. – 423 с.
7. Єрохін С. Технологічні уклади, динаміка цивілізаційних структур та економічні перспективи України / С. Єрохін // Економічний часопис – XXI. – 2006. – № 1-2. – С. 34-38.
8. Заварухин В. Управление научно-технологическим развитием в США. В Заварухин // Проблемы теории и практики управления. – 2000. – №5. – С.78-82.
9. Ілляшенко С.Н. Интеллектуальный капитал и корпоративная культура в инновационном обществе: аспекты на уровне региона / С.Н. Ілляшенко, Ю.С. Шипуліна // Украина и ее регионы на пути к инновационному обществу : монография : [в 4 т.] Т. 1 / [А.И. Амоша, И.П. Булеев, В.И. Дубницкий и др.] ; под. общ. ред. В.И. Дубницкого и И.П. Булеева ; НАН Украины. Ин-т экономики промышленности ; Донецкий экономико-гуманитарный институт ; Академия экономических наук Украины. – Донецк : Юго-Восток, 2011. – С. 454-463.
10. Іноватика [Електронний ресурс]. // Wikipedia – Режим доступу: <http://ru.wikipedia.org/wiki/>.
11. Ілляшенко С.М. Управління потенціалом інноваційного розвитку промислових підприємств для забезпечення їх сталого розвитку / С.Н. Ілляшенко, Ю.С. Шипуліна // Сталій розвиток та екологічна безпека суспільства в економічних трансформаціях : монографія / [Н.М.Андрєєва, В.О.Баранік, С.В. Балашов та ін.]; за науковою редакцією д.е.н., проф. С.В. Хлобистова / РВПС України, ІПРЕД НАН України, СумДУ, ЛНТУ, НДІ СРПІ. – Сімферополь: ПП «Підприємство Фенікс», 2010. – С. 192-211.
12. Ілляшенко Н.С. Маркетинг та інновації як головні функції бізнесу / Н.С. Ілляшенко // Механізм регулювання економіки. – 2007. – №2. – С. 77-92.
13. Ілляшенко Н.С. Роль маркетингу та інновацій у забезпеченні економічного розвитку суб'єктів господарювання / Н.С. Ілляшенко / Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу: монографія / за заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2008. – С. 22-41.
14. Ілляшенко Н.С. Формування організаційно-економічних засад інноваційного маркетингу на промислових підприємствах. Дис... канд. екон. наук: 08.00.04 / НТУ «ХПІ» – Харків, 2009. – 227 с.
15. Ілляшенко С.М. Концептуальні засади маркетингового прогнозування стратегічних напрямів науково-технологічного інноваційного розвитку України на основі експертних оцінок / С.М. Ілляшенко // Вісник національного університету «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління. – 2010. № 668. – С. 68-74.
16. Ілляшенко С.М. Сутність, структура і методичні основи оцінки інтелектуального капіталу підприємства / С.М. Ілляшенко // Економіка України. – 2008. – №11. – С.16-26.
17. Ілляшенко С.М. Управління портфелем замовлень науково-виробничого підприємства : монографія / С.М. Ілляшенко, О.М. Олефіренко; за ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка – Суми: ВТД «Університетська книга», 2008. – 272 с.
18. Кастельс М. Информационное общество и государство благосостояния: Финская модель / М. Кастельс, П. Химанен ; пер. с англ. А. Калинин, Ю. Подорога. – М.: Логос, 2002. – 234 с.
19. Коробейников О.П. Интеграция стратегического и инновационного менеджмента / О.П. Коробейников, А.А. Трифилова // Менеджмент в России и за рубежом. – 2001. – № 4. – С.25-36.
20. Кочубей Р.В. Визначні особливості сучасних мережевих підприємницьких структур / Р.В. Кочубей // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 2. – С. 150-156.
21. Кристенсен К. Решение проблемы инноваций в бизнесе. Как создать растущий бизнес и успешно поддерживать его рост / Клейтон М. Кристенсен, Майкл Е. Рейнор; пер. с англ. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2004. – 290 с.
22. Маркетинг. Менеджмент. Інновації : монографія / за заг. редакцією д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. – Суми : ТОВ «ТД «Папірус», 2010. – 624 с. – С. 265-281.

Ю.С. Шипуліна, С.М. Ілляшенко. Розвиток теоретико-методологічних засад переходу підприємства на інноваційний шлях розвитку

23. Мельник Л.Г. Методология развития. – Суми : ИТД «Университетская книга», 2005. – 602 с.
24. Мельник Л.Г. Экономика развития. – Суми : ИТД «Университетская книга», 2006. – 662 с.
25. Погорелов Ю.С. Природа, рушійні сили та способи розвитку підприємства : монографія. – Харків: АдВАTM, 2010. – 352 с.
26. Проблеми управління інноваційним розвитком підприємств у транзитивній економіці: монографія / за заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2005. – 582 с.
27. Соціально-економічний стан України: наслідки для народу та держави: національна доповідь / за заг. ред. В.М. Гейця [та ін.]. – К. : НВЦ НБУВ, 2009. – 687 с.
28. ТОВАЖНЯНСЬКИЙ В.Л. Формування антикризового механізму стабілізації та стійкого розвитку машинобудівних підприємств: дис. канд. екон. наук: 08.00.04 / Сумський державний університет – Суми, 2011. – 296 с.
29. Тофлер Э. Метаморфозы власти / Э. Тофлер ; пер. с англ. – М. : ООО «Издательство АСТ», 2004. – 669 с.
30. Фалько С.Г. Эволюция концепций управления предприятиями промышленности. С.Г. Фалько – М. : ЦЭМИ РАН, 2007. – 50 с.
31. Федотов А.А. Основные концепции инновационного развития: исторический анализ / А.А. Федотов // Вісник Донецького національного університету. Серія В: Економіка і право. – 2008. – Вип. 2. – С. 203-208.
32. Шипуліна Ю.С. Інноваційна культура організації: сутність, структура, підходи до оцінки / Ю.С. Шипуліна // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2010. – № 2. – С. 132-138.
33. Шумпетер Й. Теория экономического развития / Й. Шумпетер ; пер. с англ. – М. : Прогресс, 1992. – 456 с.

Ю.С. Шипуліна, С.Н. Ілляшенко

Развитие теоретико-методологических основ перехода предприятий на инновационный путь развития

Изложен анализ тенденций развития теоретико-методологических подходов к управлению процессами интенсификации перехода отечественных предприятий на инновационный путь развития. Полученные результаты могут быть положены в основу формирования предпосылок создания инновационно-благоприятной среды на отечественных предприятиях.

Ключевые слова: инновационное развитие, принципы перехода, методы управления, эволюция, микроуровень, адаптация, управление изменениями, человеческий фактор, инновационная культура.

Yu.S. Shypulina, S.M. Illiashenko

The development of theoretical and methodological foundations of enterprises' transition to innovative development

The analysis is set out of trends in the development of theoretical and methodological approaches to the management process of intensification of domestic enterprises transition to innovative development. The results can be the basis for the formation of the prerequisites for creating the innovation-friendly environment for domestic enterprises.

Keywords: innovative development, principles of transition, management, evolution, micro-level, adaptation, change management, human factors, innovation culture.

Отримано 29.10.2011 р.