

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА імені О. М. БЕКЕТОВА

П. Т. БУБЕНКО, М. С. ВЛАДИМИРОВА

КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ
з курсу

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА

*(для студентів денної та заочної форм навчання
освітнього рівня магістр спеціальностей 051 – Економіка. Економіка
підприємства і 071 – Облік і оподаткування. Облік і аудит)*

Харків
ХНУМГ ім. О. М. Бекетова
2016

Бубенко П. Т. Конспект лекцій з курсу «Інноваційний розвиток підприємства» (для студентів денної та заочної форм навчання освітнього рівня магістр спеціальностей 051 – Економіка. Економіка підприємства і 071 – Облік і оподаткування. Облік і аудит) / П. Т. Бубенко, М. С. Владимірова; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2016. – 138 с.

Автори: д-р, екон. наук, проф. П. Т. Бубенко,
ст. викл., канд. екон. наук М. С. Владимірова

Рецензент: канд. екон. наук, доц. В. О. Єсіна

Рекомендовано кафедрою економіки підприємств, бізнес-адміністрування і регіонального розвитку, протокол засідання № 6 від 04 лютого 2015 р.

Коротка анотація видання. У конспекті лекцій розкрито основний зміст тем з дисципліни «Інноваційний розвиток підприємства» відповідно до робочої програми. Для самоперевірки знань, після кожної теми, студентам запропоновано контрольні запитання. Для більш глибокого вивчення тем наведено перелік літератури.

© П. Т. Бубенко, М. С. Владимірова, 2016
© ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2016

ЗМІСТ

ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ.....	4
ТЕМА 1 ІННОВАЦІЇ І ЦИКЛІЧНІСТЬ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ.....	6
ТЕМА 2 КЛЮЧОВІ ПОНЯТТЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ.....	16
ТЕМА 3 ВИМІРЮВАННЯ РІВНЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТА ЧИННИКИ ЙОГО ФОРМУВАННЯ.....	26
ТЕМА 4 СУЧАСНІ ОРГАНІЗАЦІЙНІ ФОРМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ.....	36
ТЕМА 5 ГЛОБАЛЬНІ НАУКОВО-ТЕХНІЧНІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ КОМУНІКАЦІЇ В ІННОВАЦІЙНІЙ СФЕРІ.....	47
ТЕМА 6 ІНФРАСТРУКТУРА РИНКУ ІННОВАЦІЙ.....	57
ТЕМА 7 ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА.....	61
ТЕМА 8 НАЦІОНАЛЬНІ ІННОВАЦІЙНІ СИСТЕМИ.....	71
ТЕМА 9 МАРКЕТИНГ ІННОВАЦІЙ.....	79
ТЕМА 10 СТРАТЕГІЇ ТА БІЗНЕС-МОДЕЛІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА.....	86
ТЕМА 11. ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА.....	97
ТЕМА 12 ІНВЕСТИЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА.....	101
ТЕМА 13 РИЗИКИ В ІННОВАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ТА УПРАВЛІННЯ НИМИ.....	113
ТЕМА 14 ОХОРОНА ПРАВ ТА ЕКОНОМІКА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ ЯК СКЛАДОВА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	123
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	136

ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Сучасний світ стає все більш динамічним і розраховувати на успішну діяльність можуть лише ті підприємства, які здатні генерувати і успішно втілювати у практичну діяльність нові ідеї, нові рішення тощо. Тому саме інноваційний шлях розвитку, що орієнтується на довгострокову перспективу, відповідає реаліям «нової економіки». Для формування конкурентних переваг підприємствам необхідно орієнтуватися на інноваційний вектор розвитку. Адже в динамічних економічних умовах сьогодення, при існуючому рівні конкуренції та швидкості технологічних змін саме інновації є головною умовою економічного зростання.

Саме за допомогою використання інновацій підприємства мають можливість стати лідерами у конкурентній боротьбі. Однак досягнення цієї мети можливе лише за умови формування чіткої, досконало та адаптивної системи управління інноваційним розвитком.

Все це вимагає глибоких економічних знань і ефективної організації інноваційної діяльності в умовах підприємства. Ці питання і висвітлюються в дисципліні – **«Інноваційний розвиток підприємства»**.

Основними завданнями вивчення дисципліни «Інноваційний розвиток підприємства» є вивчення механізмів управління інноваційним розвитком економічних систем, забезпеченням результативності формування та використання інноваційного потенціалу підприємств, ефективністю інвестування в інновації; набуття вмінь обґрунтовувати напрямки пріоритетного інноваційного розвитку та альтернативні варіанти управлінських рішень.

Вивчення курсу допоможе студентам орієнтуватися в питаннях інноваційної діяльності підприємств у ринкових економічних умовах, розуміти роль інноваційної політики як засобу підвищення ефективності підприємницької діяльності і виробництва конкурентоздатної продукції; вміти виявляти найефективніші напрямки оновлення техніко-технологічної бази підприємства та її продукції, розробляти інноваційні заходи і управляти інноваційними процесами на своєму підприємстві, в галузі, країні.

Під час вивчення дисципліни «Інноваційний розвиток підприємства» студент **повинен знати**:

- сучасні організаційні форми здійснення інноваційної діяльності, її основні етапи та принципи ефективної взаємодії учасників;
- методичні положення та інструментарій оцінювання інноваційного розвитку національних економік;
- світовий досвід державної підтримки інновацій, методи та моделі їх державного регулювання;
- стратегії виходу підприємств кризового стану на основі впровадження інновацій;
- інструментарій залучення інвестицій в інновації та методичні засади оцінювання результативності інвестування;

- імперативи формування ринку наукових розробок та інноваційних ідей в Україні;
- основні технології охорони прав та економіки інтелектуальної власності, зокрема стандарти й об'єкти права інтелектуальної власності в Україні.

вміти:

- обґрунтовувати напрямки пріоритетного інноваційного розвитку з урахуванням потреб та особливостей національної економіки;
- збирати і систематизувати маркетингову інформацію для відбору цільових ринків, вимірювання і прогнозування попиту, позиціонування інноваційного товару;
- оцінювати стан, динаміку, ефективність використання інноваційного потенціалу підприємства та обґрунтовувати пріоритетні напрямки його нарощування;
- розробляти та обґрунтовувати управлінські рішення щодо забезпечення ефективності інноваційного розвитку суб'єктів господарювання;
- ідентифікувати та оцінювати ризики інноваційної діяльності, а також контролювати їхній рівень засобами ризик-менеджменту;
- економічно обґрунтовувати вибір способу охорони прав інтелектуальної власності підприємства;

мати компетентності:

- користуватися законодавчо-нормативними актами, постановами та іншими інформаційними джерелами законодавчої та виконавчої влади;
- користуватися методичними вказівками, рекомендаціями та положеннями щодо інноваційного розвитку;
- користуватися літературними джерелами, періодичними виданнями та іншими видами спеціальних джерел і робити відповідні посилання;
- робити відповідні висновки при обґрунтуванні управлінських рішень щодо інноваційного розвитку підприємства.

ТЕМА 1 ІННОВАЦІЇ І ЦИКЛІЧНІСТЬ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

1.1 Поняття і класифікація інновацій

1.2 Інноваційний процес

1.3 Інноваційна діяльність і її види

1.1 Поняття і класифікація інновацій

Зміст поняття «інновація». Поняття «нововведення» є російським варіантом від англійського слова «innovation», буквальний переклад його означає «введення новацій». Innovation (англ.) – утворено з двох слів – латинського «новація» (новизна, нововведення) і англійського префікса «ін.», що означає «в», «введення». Тому, у перекладі з англійського «інновація» означає: введення нового, відновлення.

Результатом інноваційних процесів є новація, а їх впровадження в господарську практику визначається як нововведення, тобто з моменту прийняття до поширення новація здобуває нову якість і стає інновацією.

В. Томпсон	«Нововведення є генерування, прийняття і впровадження нових ідей, процесів, продуктів та послуг».
М.Х.Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури	Нововведення – результат наукової праці, спрямований на удосконалювання суспільної практики і призначений для безпосередньої реалізації в суспільному виробництві.
Р.А.Фатхут-дінов	Інновація – кінцевий результат впровадження нововведення з метою зміни об'єкта управління і одержання економічного, соціального, екологічного, науково-технічного або іншого виду ефекту.
Б. Санто	Інновація – це такий суспільно-техніко-економічний процес, що через практичне використання ідей і винаходів приводить до створення кращих по своїх властивостях виробів, технологій, і у випадку, якщо інновація орієнтована на економічну вигоду, прибуток, її поява на ринку може принести додатковий доход.

Згідно з Законом України «Про інноваційну діяльність» №40-І від 04.07.2002р.: «інновації – новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоспроможні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери».

У літературі зустрічається кілька підходів до визначення сутності інновації. Найбільш розповсюджені: в одному випадку нововведення представляється як результат творчого процесу у виді нової продукції (техніки), технології і т.д.; в іншому – як процес уведення нових виробів, елементів, підходів. При цьому найважливішою ознакою інновації в умовах ринкового господарювання повинна виступати новизна його споживчих властивостей. Таким чином, поняття інновації поширюється на новий продукт чи послугу, спосіб його виробництва, нововведення – організаційне, фінансове,

науково-дослідне і будь-яке удосконалення, що забезпечує економію витрат чи створює умови для такої економії.

Методологія системного опису інновацій в умовах ринкової економіки базується на міжнародних стандартах, рекомендації з яких прийняті в Осло в 1992 р.

Інновації прийнято класифікувати за рядом ознак:

Так, по ступені радикальності їхньої значимості в економічному розвитку:

базисні – реалізують великі винаходи і стають основою формування нових поколінь і напрямків техніки;

поліпшуючі – реалізуючи дрібні і середні винаходи і переважні у фазах поширення і стабільного розвитку науково-технічного циклу;

псевдоінновації – спрямовані на часткове поліпшення застарілих поколінь техніки і технологій і звичайно гальмують технічний прогрес.

По типу новизни для ринку:

нові вироби для галузі у світі;

нові вироби для галузі у країні;

нові вироби для даного інноваційного підприємства.

Інновації тісно зв'язані з науково-технічним прогресом (НТП), будучи його результатом.

По областях застосування й етапам НТП:

Технічні – з'являються звичайно в виробництві продуктів з новими чи поліпшеними властивостями;

Технологічні – виникають при застосуванні поліпшених, більш досконалих способів виготовлення продукції;

організаційно-управлінські – пов'язані, насамперед, із процесами оптимальної організації виробництва, транспорту, постачання, збуту;

інформаційні вирішують задачі організації раціональних інформаційних потоків у сфері науково-технічної й інноваційної діяльності;

соціальні – спрямовані на поліпшення умов праці, рішення проблем охорони здоров'я, утворення, культури.

З погляду технологічних параметрів розрізняють два типи технологічних інновацій: продуктові і процесні.

Продуктові інновації охоплюють упровадження нових чи удосконалених продуктів (застосування нових матеріалів, напівфабрикатів, одержання принципово нових функцій).

Процесні – це освоєння нової чи значно удосконаленої продукції, організації виробництва (нова технологія виробництва).

З причин виникнення інновації:

Реактивні – реакція на нововведення, здійснена конкурентом, тобто фірма змушена зробити інновації слідом за конкурентом, щоб бути спроможним вести боротьбу на ринку;

Стратегічні – це інновації, упровадження яких носить характер, що випереджає, з метою одержання конкурентних переваг у перспективі.

По спрямованості впливу на процес виробництва:

розширювальні, націлені на більш глибоке проникнення в різні галузі і ринки наявних базисних інновацій (комп'ютеризація від обмеженого використання великих ЕОМ до масового застосування ПК);

що раціоналізують – по суті, близькі до поліпшуючих;

що заміщають – призначені для заміни одних (старих) продуктів чи технологій іншими, заснованими на виконанні тих же функцій.

Різні види інновацій знаходяться в тісному взаємозв'язку. Так, технічні і технологічні інновації, впливаючи на зміст виробничих процесів, одночасно створюють умови для управлінських інновацій, оскільки вносять зміни в організацію виробництва. Приведені класифікації свідчать про те, що процеси нововведень різноманітні і різні за своїм характером, отже, форми організації нововведень, масштаби і способи впливу на економіку, а також методи оцінки їхньої ефективності також повинні відрізнятися різноманіттям.

Існує ще одна класифікація інновацій, а саме:

– *інновації першого порядку*, які передбачають локальне оновлення окремих елементів системи (наприклад, раціоналізація інформаційних потоків; підвищення кваліфікаційно-професійного рівня; розробка нової упаковки лікарського засобу та інше);

– *інновації другого порядку*, які передбачають зміну кількісних властивостей системи. До цього рівня інновацій належать інновації, що спрямовані на збільшення продуктивності або кількісної інтенсивності процесів, а також пов'язані із впровадженням у виробництво добре відомих генеричних лікарських засобів, які вже виробляються іншими вітчизняними фармацевтичними підприємствами;

– *інновації третього порядку*, які передбачають перегрупування складових частин системи з метою покращання її функціонування (розробка нових форм, розширення фармакологічної дії, впровадження нових методів аналізу існуючих лікарських засобів та ін.);

– *інновації четвертого порядку*, які передбачають адаптивні зміни елементів системи з метою забезпечення їх оптимальної взаємодії (наприклад, удосконалення організаційної структури підприємства, впровадження інформаційних технологій, маркетингових, логістичних підходів в управління та ін.);

– *інновації п'ятого порядку*, які передбачають якісні зміни, що виходять за межі простих адаптованих змін; при цьому первісні ознаки системи не змінюються, хоча відбувається суттєве покращання і розширення її корисних властивостей (наприклад, впровадження нових принципів технологічних процесів з метою поліпшення фармакологічного ефекту лікарських засобів; освоєння генетичних препаратів нового покоління; створення підприємством власної товаропровідної мережі, що забезпечує вихід на нові ринки);

– *інновації шостого порядку*, які передбачають якісні зміни первісних властивостей системи без зміни функціонального принципу (наприклад, розробка і впровадження у виробництво оригінальних лікарських засобів (ЛЗ),

при виробництві яких використовуються традиційні технологічні принципи; освоєння нових для фармацевтичних підприємств видів виробництва: харчових домішок, ветеринарних препаратів та ін.);

– *інновації сьомого порядку*, які передбачають вищі зміни у функціональних властивостях системи і її функціональних принципах (розробка і впровадження у виробництво оригінальних препаратів із використанням принципово нових технологічних підходів).

Етапи виникнення інновації

На основі вищевикладеного подано комплексну схему появи інновацій (рис. 1.1), яка характеризує процес створення радикальної або революційної інновації.

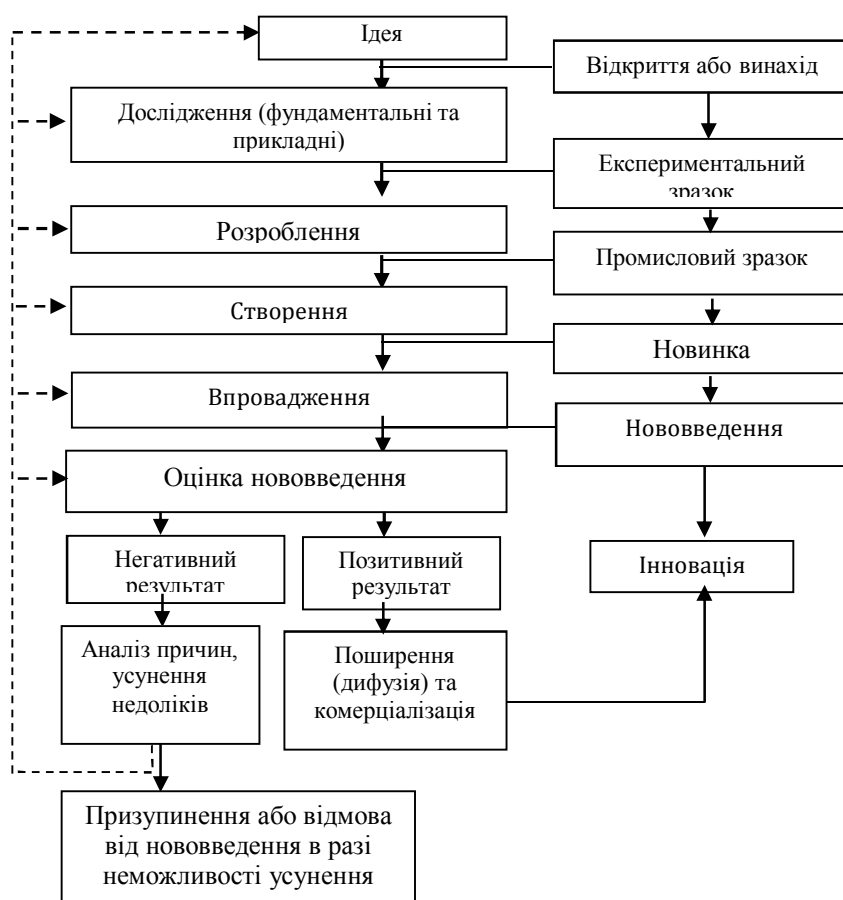


Рисунок 1.1 – Схема виникнення інновації

Перехід світової економіки на новий щабель науково-технічного розвитку зажадав посилення інноваційної активності і нового підходу до нововведень. Саме інновації стають головним «діючим обличчям» теоретичних сценаріїв і практичної реалізації сучасної НТР, трохи відтіснивши інвестиції, що панують багато років як головний фактор економічного росту. Принципове підвищення ролі нововведень викликано в першу чергу зміною ринкової ситуації: характером конкуренції, переходом від звичної статичної до динамічної конкуренції.

Нововведення – це такий товар, що безпосередньо руками не поторкати і фізично не вимірити: їм не можливо скористатися без визначеного мінімуму наукових знань.

Інтелектуальний товар (інформація, винахід), захищений у відповідній юридичній формі, може бути проданий його законним власником стільки разів, скільки знайдеться на нього покупців.

Інноваційна продукція – результат упровадження продуктивних інновацій, нові чи ті, що піддаються удосконаленню виробу, виробництво яких засновано на нових чи значно удосконалених методах.

1.2 Інноваційний процес

Інноваційний процес – це процес перетворення наукового знання в інновацію, який можна представити як послідовний ланцюг подій, у ході яких інновація визріває від ідеї до конкретного продукту, технології. Інноваційний процес означає процес створення, впровадження і поширення інновацій. У відмінності від НТП інноваційний процес не закінчується впровадженням, тобто першою появою на ринку нового продукту. Цей процес не переривається і після впровадження, тому що в міру поширення нововведення удосконалюється, робиться більш ефектним, здобуваються раніше не відомі споживчі властивості. Таким чином, цей процес спрямований на створення необхідних ринком продуктів, технологій.

Під час інноваційного процесу не тільки створюються очікувані інноваційні продукти, а й можуть виникати супроводжувальні інновації, які є побічним результатом креативної (творчої) інноваційної діяльності на певному її етапі. Схему інноваційного процесу наведено на рисунку 1.2.

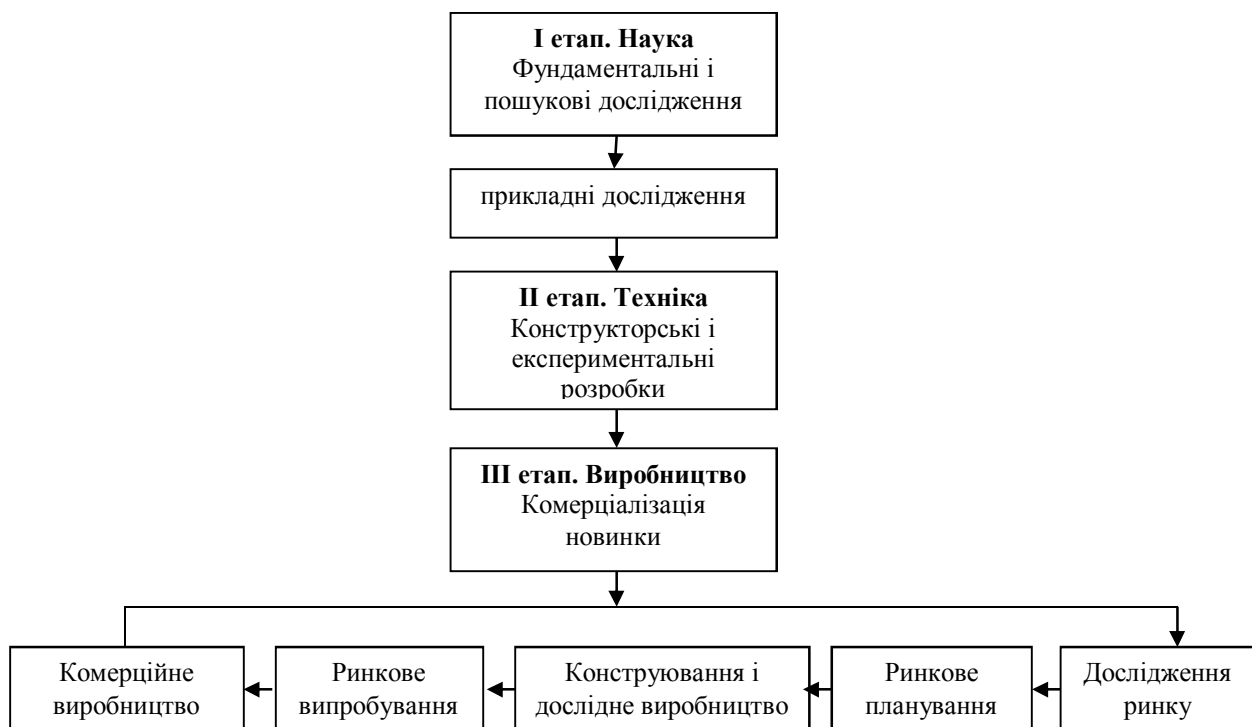


Рисунок 1.2 – Загальна схема інноваційного процесу

Спрощено модель інноваційного процесу можна подати як кілька послідовних етапів: наука — техніка — виробництво.

Наука. На цьому етапі розробляють теоретичні основи певної проблеми.

Охоплює стадії фундаментальних і прикладних досліджень.

I етап. Наука – Фундаментальні і пошукові дослідження – прикладні дослідження.

II етап. Техніка – Конструкторські і експериментальні розробки.

III етап. Виробництво – Комерціалізація новинки – Комерційне виробництво – Ринкове випробування - Конструювання і дослідне виробництво – Ринкове планування – Дослідження ринку.

1. Фундаментальні дослідження. Спрямовані на вивчення теоретичних засад процесів чи явищ. Поштовхом до їх проведення є виникнення гіпотези, яка потребує підтвердження. Результатом фундаментальних досліджень можуть бути відкриття.

Відкриття – науковий результат, що вносить радикальні зміни в існуючі знання, розкриває досі не відомі закономірності, властивості та явища матеріального світу, істотно впливає на НТП і розвиток цивілізації, слугує джерелом винаходів.

Винахід – результат науково-дослідницьких і дослідно-конструкторських робіт (НДДКР), що відображає принципово новий механізм, який може стати основою появи значної частини інновацій та інноваційних процесів і суттєво вплинути на розвиток НТП.

Фундаментальні відкриття і винаходи характеризуються, як правило, великим проміжком часу від формулювання гіпотези до практичного застосування винаходу.

2. Прикладні дослідження. Визначають напрям прикладного застосування знань, здобутих у процесі фундаментальних досліджень, їх результатом є нові технології, матеріали, системи. Ці дослідження також потребують значних інвестицій, є ризикованими і виконуються, як правило, на конкурсній основі галузевими науково-дослідними інститутами чи вузами на замовлення держави або за рахунок великих промислових компаній, акціонерних товариств, інноваційних фондів тощо.

Техніка. На цьому етапі втілюють теоретичні конструкції явищ і процесів у матеріальну оболонку. Охоплює стадії дослідно-конструкторських та проектно-конструкторських робіт, які спрямовані на розроблення, проектування, виготовлення та випробування дослідних зразків нової техніки, технології чи нового продукту. Визначають технічні характеристики нової продукції, розробляють інженерно-технічну документацію на неї, створюють дослідні зразки, розпочинають експериментальне виробництво.

Виробництво (комерціалізація нововведення). Це етап впровадження у виробництво нового продукту, розроблення програми маркетингу і просування новинки на ринок. Інвестиції на цьому етапі теж ризиковані, але їх повністю бере на себе суб'єкт господарювання, акумулюючи для цього кошти у спеціальних фондах і використовуючи позичковий капітал (банківські кредити).

Цей етап охоплює кілька стадій:

- дослідження ринку: вивчають готовність ринку до сприйняття нововведення;

- оцінюють можливість формування нових споживчих потреб, які він може задовольняти; визначають форму просування новинки на ринок, можливість її модифікації для окремих його сегментів;

- конструювання: формують дизайн новинки з дотриманням естетичних, ергономічних (пов'язаних з оптимальним пристосуванням умов виробництва для ефективної праці), функціональних вимог і з урахуванням споживачів вибраного сегменту ринку (сучасність, комфортність, вишуканість, лаконічність, цінові характеристики тощо); розробляють маркетингові заходи для просування товару на ринок;

- ринкове планування: визначають обсяги попиту на новий товар, його асортиментний ряд, можливі ринки збуту; оцінюють витрати на виготовлення і прогнозують майбутні доходи від продажу;

- дослідне виробництво: налагоджують і відпрацьовують технологічний процес; складають кошторис витрат;

- ринкове випробування: здійснюють рекламну кампанію до появи товару на ринку; визначають прогнозну ціну; випускають пробну партію товару, оцінюють попит на неї; за необхідності вносять зміни в тактику маркетингу чи дизайн товару;

- комерційне виробництво: формують портфель замовлень на виготовлення партій товару; укладають угоди з постачальниками; розробляють логістичні схеми;

- вибирають канали збуту; проектують і створюють систему управління виробництвом; виготовляють і реалізують продукцію у запланованих обсягах;

- відпрацьовують систему управління якістю; удосконалюють політику ціноутворення і методи стимулювання збуту.

Етап комерціалізації нововведення є завершальним в інноваційному процесі. Процес введення новації на ринок прийнято називати *комерціалізацією*.

Період часу між появою новації і втіленням її називається *інноваційним лагом*.

Період часу від зародження ідеї, її розробки до впровадження інновації називають *життєвим циклом інновацій*.

Однак новий продукт не завжди залишається власністю підприємства, яке його створило. Право на виготовлення нового продукту можуть отримати й інші підприємства, придбавши відповідну ліцензію.

Відбувається *дифузія нововведення* — процес його поширення для використання у нових місцях, сферах чи умовах.

Організації, стаючи учасниками інноваційного процесу на певному його етапі, зіставляють вигоди, які вони можуть отримати, і витрати. При цьому слід бути виваженими щодо джерел і умов фінансування.

Отже на рівні організацій (фірм, підприємств) інноваційний процес, попри націленість на створення нової споживчої вартості, характеризується значно сильнішим прагненням його учасників до комерційного успіху.

Інноваційний процес в організації здійснюється в кілька етапів:

- 1) генерування ідей щодо способів задоволення нових суспільних потреб;
- 2) розроблення задуму та попереднє оцінювання його ринкової привабливості;
- 3) аналіз інституційних умов реалізації задуму і супроводжувальних витрат, їх зіставлення з фінансовими можливостями організації;
- 4) конструкторське і технологічне розроблення нового товару;
- 5) пробний маркетинг (прогнозування попиту і оцінювання майбутніх вигод);
- 6) планування та організація процесу виробництва нового товару;
- 7) комерційна реалізація новинки.

Модель інноваційного процесу в окремо взятій фірмі дещо відрізняється від загальної. Вона охоплює шість етапів (табл. 1.1).

Таблиця 1.1 – Етапи прийняття рішення про нововведення на підприємстві

Етапи процесу	Зміст
1. Виявлення потреби у нововведенні	Виявлення і аналіз проблеми, усвідомлення потреби у нововведенні, переконання членів організації у необхідності нововведення
2. Збирання інформації про можливі нововведення, які забезпечать вирішення проблеми	Пошук інформації щодо способів розв'язання подібних проблем, виявлення варіантів інноваційних рішень
3. Оцінювання інноваційних проектів за критеріями здійсності і економічної доцільності	Розроблення інноваційних проектів; оцінювання прогнозних результатів упровадження кожного проекту; вибір інноваційного проекту
4. Прийняття рішення про впровадження інновації	Рішення про доцільність упровадження відібраного інноваційного проекту; ухвалення рішення вищим керівництвом
5. Впровадження нововведення	Пробне впровадження; повне впровадження; використання
6. Інституціоналізація нововведення	Рутинізація; модифікація; дифузія

З інноваційним процесом тісно сполучені такі поняття, як «інноваційний потенціал» і «інноваційна політика».

Інноваційний потенціал – сукупність різних видів ресурсів (матеріально-виробничі, фінансові, інтелектуальні і т.д.), необхідні для здійснення інноваційної діяльності.

Інноваційна політика – частина соціально-економічної політики, що визначає мету і пріоритети інноваційної стратегії і механізм її реалізації органами державної влади. Вона повинна складатися з пошуку оптимальних шляхів розвитку суспільства, виявлення перспективних галузей і виробництв

їхньої фінансової підтримки; економічного регулювання інноваційних процесів. Таким чином, інноваційна політика – це комплекс організаційних заходів, спрямованих на створення сприятливих умов виникнення і наступного функціонування інноваційної інфраструктури. В інноваційну інфраструктуру включаються організації, фірми, що охоплюють весь цикл здійснення інноваційної діяльності від генерації нових науково-технічних ідей і їхньої обробки до випуску і реалізації наукомісткої продукції.

Особливості прийняття рішень в управлінні інноваціями

Складність і неоднорідність інноваційного процесу спричиняють наявність наступних особливостей прийняття управлінських рішень при управлінні інноваціями:

1. Висока невизначеність самого інноваційного процесу й пов'язаний з нею високий ризик фінансових, технічних і комерційних рішень;
2. Необхідність погодженості технічних і кадрових рішень;
3. Забезпечення безперервності функціонування технічних і управлінських процесів при впровадженні інновації;
4. Забезпечення погодженості продуктових інновацій з ринковими можливостями й потребами;
5. Необхідність узгодження інноваційних рішень із загальною стратегією підприємства й рішеннями в інших його функціональних підсистемах;
6. Відсутність статистичних даних, розподілів і закономірностей, які дозволили б будувати достовірні прогнози;
7. Необхідність створення й забезпечення умов для запуску процесів самоорганізації при розробці й виробництві складних нововведень у великих корпораціях.

1.3 Інноваційна діяльність і її види

Інноваційна діяльність (ІД) – діяльність, спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень і розробок для розширення і відновлення номенклатури і поліпшення якості продукції, що випускається, удосконалювання технології їхнього виготовлення з наступним впровадженням і ефективною реалізацією на внутрішньому і закордонному ринках.

Інноваційна діяльність, пов'язана з капітальними вкладеннями в інновації, називається інноваційно-інвестиційною.

ІД припускає цілий комплекс наукових, технологічних, організаційних, фінансових і комерційних заходів, що у своїй сукупності приводять до інновацій.

Об'єктами інноваційної діяльності є:

- інноваційні програми і проекти;
- нові знання та інтелектуальні продукти;
- виробниче обладнання та процеси;
- інфраструктура виробництва і підприємництва;
- організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру і якість виробництва і (або) соціальної сфери;

- сировинні ресурси, засоби їх видобування і переробки;
- товарна продукція;
- механізми формування споживчого ринку і збуту товарної продукції.

Суб'єктами інноваційної діяльності можуть бути фізичні і (або) юридичні особи України, фізичні і (або) юридичні особи іноземних держав, особи без громадянства, об'єднання цих осіб, які провадять в Україні інноваційну діяльність і (або) залучають майнові та інтелектуальні цінності, вкладають власні чи запозичені кошти в реалізацію в Україні інноваційних проектів.

Різновиди основних видів інноваційної діяльності:

- підготовка й організація виробництва, що охоплюють придбання виробничого устаткування й інструмента, зміни в них, а також у процедурах, методах, необхідних для створення нового технологічного процесу;
- передвиробничі розробки, що включають модифікації продукту і технологічного процесу, перепідготовку персоналу для застосування нових технологій і устаткування;
- маркетинг нових продуктів, що передбачає попереднє дослідження ринку, адаптацію продукту до різних ринків, рекламну компанію;
- придбання неупредметненої технології з боку у формі патентів, ліцензій, торгових марок, розкриття ноу-хау, конструкцій, моделей і послуг технологічного змісту;
- придбання упредметненої технології – машин і устаткування, по своєму технологічному змісту, зв'язаних із упровадженням на інноваційних підприємствах продуктових чи процесних інновацій;
- виробниче проектування, що включає підготовку планів і креслень для визначення виробничих процедур, технічних специфікацій.

В основі ІД лежить науково-технічна діяльність (НТД). Будучи базовою категорією міжнародних стандартів у статистику науки і техніки, і відповідно до рекомендацій ЮНЕСКО НТД як об'єкт статистики охоплює три її види:

- наукові дослідження і розробки;
- науково-технічна освіта і підготовка кадрів;
- науково-технічні послуги.

При здійсненні НТД важливе значення має поняття «масштаб наукових праць», що охоплює наступне:

- науковий (науково-технічний) напрямок – найбільш велика наукова праця, що має самостійний характер і присвячена рішення важливої задачі розвитку даної галузі науки і техніки. Рішення того чи іншого наукового напрямку можливо зусиллями ряду наукових організацій;
- наукова (науково-технічна) проблема – частина наукового (науково-технічного) напрямку, що представляє один з можливих шляхів його рішення.

Наукова праця може здійснюватися у вигляді цільової науково-технічної програми, що є комплексом ув'язаних по ресурсах, виконавцям, термінам робіт. Координацію цих робіт повинні проводити головні наукові організації;

- наукова тема – частина проблеми, що вирішується, як правило, у межах наукової організації і виступає основною одиницею тематичного плану при

фінансуванні, плануванні й обліку робіт. Ціль теми – ефективне рішення конкретної задачі дослідження патентних чи економічних робіт і т.д.

НТД, як правило, здійснюється в наукових організаціях (чи інноваційних підприємствах). Наукова організація – організація, що виконує НДДКР як основну діяльність незалежно від її приналежності до тієї чи іншої галузі економіки, організаційно-правової форми і форми власності.

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ

1. Що таке «інноватика» як наука?
2. Яка роль «новацій» і «нововведень» у розвитку суспільства?
3. Що таке базисні нововведення? Наведіть приклад.
4. Дайте характеристику поліпшуючим інноваціям. Наведіть приклад.
5. Що таке інноваційна діяльність? Яке місце вона посідає в інноваційному процесі?
6. Назвіть основні ознаки класифікації інновацій.
7. Як класифікуються новації по спрямованості впливу на процес виробництва?
8. Що є основою інноваційного процесу?
9. Розкрийте етапи інноваційного процесу.
10. Назвіть різновиди основних видів інноваційної діяльності.
11. Як класифікуються новації по областях застосування й етапам НТП?

ТЕМА 2 КЛЮЧОВІ ПОНЯТТЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

2.1 Сутність і класифікація напрямків інноваційного розвитку підприємств

2.2 Вибір напрямків інноваційного розвитку

2.3 Особливості управління вибором напрямків інноваційного розвитку

2.4 Критерії і методичні основи вибору напрямків інноваційного розвитку підприємств

2.1 Сутність і класифікація напрямків інноваційного розвитку підприємств

Напрямок інноваційного розвитку підприємства – це визначений шлях або рух, що базується на впровадженні і реалізації інновацій, які спричиняють поліпшення кількісних та якісних характеристик діяльності підприємства, забезпечують зміцнення його ринкових позицій та створюють умови для прогресивного розвитку.

Напрямки інноваційного розвитку підприємства можна класифікувати за різними ознаками. Так, відповідно до *стратегічної спрямованості інноваційного розвитку* існують напрямки:

– *збалансованого інноваційного розвитку* (використовують в умовах безперервних і поступових технічних змін);

– *наступального інноваційного розвитку* (використовують, якщо виникає ситуація швидких стрибкоподібних змін, коли необхідне вміння

подолання технологічних розривів, досягнення випередження або збереження лідерства);

– *захисаючого інноваційного розвитку* (є використанням результатів спостереження за діями підприємств-лідерів на ринку, що дозволить за короткий час відтворити досягнення цих фірм та вийти на ринок слідом за ними без претензій на займання провідних позицій);

– *абсорбуючого інноваційного розвитку* (являє собою імітацію інноваційних перетворень і спрямування основних зусиль на забезпечення виробничого процесу).

За *масштабами* напрямки інноваційного розвитку можна поділити на:

– *локальні*, що спрямовані на внутрішні зміни на підприємстві;

– *глобальні*, які покликані змінити не тільки внутрішню структуру підприємства, а й призводять до змін у зовнішньому середовищі.

Згідно з *рівнем аналізу*:

– *стратегічні* (покликані на реалізацію перспективних цілей);

– *оперативні* або *тактичні* (виникають із поточної діяльності підприємства і реалізують досягнення оперативних цілей).

Залежно від *функціональної діяльності* напрямки інноваційного розвитку підприємства поділяють на:

– *соціальні*;

– *виробничі*;

– *маркетингові*;

– *адміністративні*;

– *фінансово-економічні* та ін.

За *строком реалізації* напрямки інноваційного розвитку поділяють на:

– *довгострокові* (більше 8 років);

– *середньострокові* (до 5-8 років);

– *короткострокові* (до 2-3 років).

Залежно від *сфери застосування* напрямки інноваційного розвитку підприємства мають такі варіанти:

– *продуктові* (орієнтовані на продукт – впровадження нових моделей продукції, що випускається, і/або розроблення нової продукції для існуючих і/або нових ринків);

– *технологічні* (орієнтовані на впровадження нової техніки та технологій);

– *ринкові* (орієнтовані на модифікацію і/або захоплення нових ринків);

– *організаційно-управлінські* (орієнтовані на впровадження нових методів організації виробництва, маркетингу, системи управління, нових фінансових інструментів та методів, впровадження нових форм активізації персоналу – стимулювання творчої діяльності, використання нових знань, поліпшення умов безпеки праці, охорони здоров'я тощо);

– *ресурсні* (орієнтовані на освоєння нових видів і джерел сировини, матеріалів і/або нових підходів до використання традиційних).

Напрямки інноваційного розвитку з *маркетингових позицій* можна розглядати як:

- *напрямки розширення меж ринку* (охоплення нових сегментів ринку, нові способи використання товару, вихід на нові регіони);
- *розроблення і реалізації нового товару* (нові модифікації традиційного товару; нові товари, що замінюють традиційні; нові товари, що задовольняють існуючі потреби іншим способом; принципово нові товари);
- *диверсифікації виробництва і збуту* (пропозиція на нових ринках нових товарів, які розвивають традиційні напрямки діяльності підприємства; пропозиція на нових ринках нових товарів, не пов'язаних із попередніми видами діяльності, орієнтація на ніші ринку).

Залежно від *спонукальних мотивів підприємства-інноватора і споживача інновацій* напрямки інноваційного розвитку поділяють на (рис. 2.1):

– *«завоювання симпатій споживача»* (характеризується збитковістю для підприємства-інноватора та прибутковістю для споживача, який отримує інноваційну продукцію з якісними характеристиками, що відповідають ціні). Такий напрямок інноваційного розвитку може виникнути в компаніях, які спрямовують свою діяльність головним чином на технологічну новизну продукції без попередньої оцінки її потенційної прибутковості і орієнтується, перш за все, на завоювання споживача. Як правило, він характерний для підприємств, яким відповідно до матриці SWOT-аналізу відповідає квадрант «Ринкові можливості + слабкі сторони підприємства»;

– *«всебічні переваги»* (забезпечує одночасно позитивний ефект підприємству-інноватору на вкладений інноваційний капітал та задоволення потреб споживачів у межах прийнятних цін). Такий напрямок інноваційного розвитку характерний для підприємств, яким відповідно до матриці SWOT-аналізу відповідає квадрант «Ринкові можливості + сильні сторони підприємства»;

– *«ефект іміджу»* (характеризується прибутковістю для підприємства-інноватора та збитковістю для споживача, який не отримує інноваційної продукції з якістю, що відповідає ціні). Такий напрям інноваційного розвитку може виникнути в компаніях, де орієнтація підприємства-інноватора спрямована на додержання «модних» тенденцій, коли напрацьований імідж підприємства дозволяє виводити нову продукції, не завжди замислюючись про вигоду споживача, ігнорується критерій «ціна-вигода». Він характерний для підприємств, яким відповідно до матриці SWOT-аналізу відповідає квадрант «Ринкові загрози + сильні сторони підприємства»;

– *«ефект чорного кола»* (характеризується збитковістю як для підприємства-інноватора, так і для споживача, який отримує інноваційну продукцію з якісними характеристиками, що не відповідають ціні). Такий напрям інноваційного розвитку може виникнути, коли ні підприємство-інноватор, ні споживач не мають достатньої компетентності в необхідності оцінки прибутковості. Як правило, він характерний для підприємств, яким відповідно до матриці SWOT-аналізу відповідає квадрант «Ринкові загрози + слабкі сторони підприємства».



*– вартісна оцінка вигод від запропонованого інноваційного продукту складається з оцінки соціальних, техніко-економічних, сервісних вигод, які отримує споживач при використанні продукту, при цьому також ураховуються такі ж пропозиції з боку конкурентів та встановлені ними ціни

Рисунок 2.1 – Матриця «споживач-інноватор» для визначення напрямку інноваційного розвитку залежно від спонукальних мотивів

З рисунку 2.1 бачимо, що визначення напрямку інноваційного розвитку залежно від спонукальних мотивів відбувається зіставленням вигод, отриманих споживачем при використанні інноваційної продукції, та її ціни, і зіставленням ефекту від впровадження нововведень і вкладеного інноваційного капіталу підприємством-інноватором. Так, наприклад, якщо інтегральна оцінка вигод при використанні інноваційної продукції перевищує оцінку ціни, а ефект від впровадження нововведень перевищує вкладений інноваційний капітал, то за спонукальними мотивами підприємства-інноватора і споживача інновацій напрямком інноваційного розвитку називається «всебічні переваги».

Порівняльна характеристика напрямків інноваційного розвитку залежно від спонукальних мотивів

Порівняльний аналіз напрямків інноваційного розвитку залежно від спонукальних мотивів підприємства-інноватора і споживача інновацій наведено у таблиці 2.1.

Таблиця 2.1 – Порівняльна характеристика напрямків інноваційного розвитку залежно від спонукальних мотивів підприємства-інноватора і споживача інновацій

Показник	Напрямки інноваційного розвитку			
	завоювання симпатій споживача	всебічні переваги	ефект іміджу	ефект чорного кола
Збіг у часі впровадження нової технології (введення на ринок нової продукції) та приведення у відповідність підприємством витрат на виробництво з реальним рівнем ринкових цін	Передчасний	Збігається	Запізнілий	-
Готовність споживача платити за інноваційний продукт	Виправдана лише для споживача	Виправдана для споживача і підприємства-інноватора	Виправдана лише для підприємства-інноватора	Невиправдана
Достатність об'єму потенційного попиту для окупності витрат на НДДКР	Недостатньо	Достатньо	Достатньо	Недостатньо
Кількість постачальників, залучених перспективою зростання ринку	Надлишкова	Норма	Достатня	Недостатня

2.2 Вибір напрямків інноваційного розвитку

Вибір напрямків інноваційного розвитку (ВНІР) – одна з найважливіших стадій ухвалення суб'єктами господарювання економічних, передусім управлінських, рішень, що полягає у виборі одного з альтернативних варіантів інноваційного розвитку на основі відповідності його критеріям оптимальності.

Вибір напрямків інноваційного розвитку підприємства починається з постановлення цілей і завдань інноваційного розвитку в рамках обраної місії підприємства (конкретних інноваційних орієнтирів), аналізу внутрішніх та зовнішніх умов господарювання, пошуку ресурсів для інноваційної діяльності та ефективного їх розподілу, продовжується генеруванням альтернативних напрямів діяльності (наявність декількох варіантів здійснення програм створення експериментальних зразків, якщо можливо, та варіантів вибору компонентів допоможуть підприємству подолати невпевненість у правильності розроблення напрямку), їх оцінкою, ранжуванням за пріоритетністю впровадження і закінчується остаточним вибором (рис. 2.2).

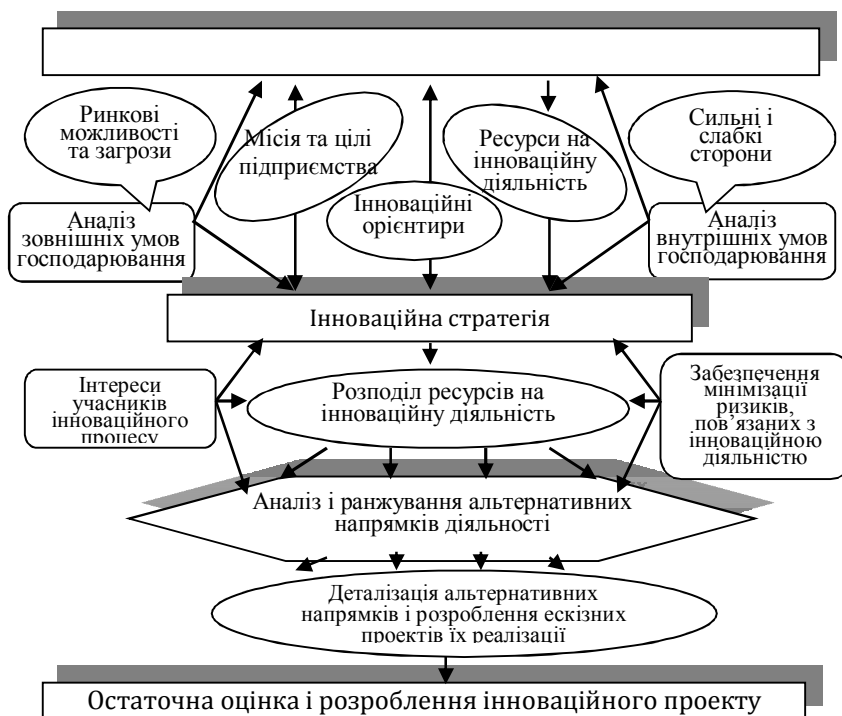


Рисунок 2.2 – Принципова схема вибору напрямків інноваційного розвитку підприємства

Таким чином, *етапами вибору напрямків інноваційного розвитку підприємства* є:

1. Аналіз відповідності внутрішніх можливостей розвитку зовнішнім та визначення можливих шляхів приведення їх у відповідність.
2. Критеріальна оцінка і попередній вибір перспективних напрямків інноваційного розвитку.
3. Економічне обґрунтування вибору напрямків розвитку.
4. Остаточний вибір і деталізація інноваційного проекту (проектів).

Визначимо, з нашої точки зору, найбільш доцільні для кожного з етапів вибору напрямків інноваційного розвитку підприємства існуючі методичні підходи. Економічна сутність управління пов'язана з вирішенням проблемних ситуацій, які можуть виникнути в результаті отримання двох станів – фактичного та бажаного, а вирішення цієї ситуації полягає у виробленні рішення для ліквідації розходжень між ними. Тому важливим є зведення до мінімуму розходжень між оптимальною та фактичною траєкторіями розвитку, завданням якого є відбір перспективних ідей та обґрунтування з технічної та економічної точок зору доцільності їх реалізації, які допомагають у поставленні реалістичних, чітких цілей і завдань інноваційного розвитку. З цією метою практика господарювання розвинутих компаній світу доводить необхідність застосування методу функціонально-вартісного аналізу.

ВНІР залежить від зовнішніх та внутрішніх економічних умов господарювання підприємства. Тому на етапі їх аналізу, метою якого є пошук сфер і способів реалізації потенціалу підприємства з метою забезпечення умов тривалого виживання на ринку і подальшого розвитку, доцільним є застосування методів стратегічного аналізу:

1) *SWOT – аналіз*. Базується на зіставленні ринкових можливостей і загроз (зовнішнє середовище) із сильними і слабкими сторонами діяльності підприємства (внутрішнє середовище). У результаті виділяють варіанти розвитку суб'єкта господарювання, переважно ті, для реалізації яких є зовнішні і внутрішні можливості;

2) *STP – аналіз*. За його допомогою визначають цільові ділянки ринку (сегменти чи ніші), на яких конкретне підприємство зможе реалізувати свої порівняльні переваги і нівелювати відносні недоліки (відносно конкурентів);

3) *GAP – аналіз*. Дає можливість на основі дослідження фактичних і потенційних потоків прибутку від виробництва і реалізації різних видів продукції виділити прогалини ринку («gap» англійською мовою), які можна заповнити новою продукцією;

4) *стратегічна модель Портера*. Дозволяє виявити й оцінити конкурентні переваги конкретних підприємств чи видів діяльності в залежності від частки ринку, яку вони займають, і рівня їхньої рентабельності. На підставі цього здійснюється вибір стратегій розвитку;

5) *матриця Бостонської консультативної групи*. З її допомогою, зіставляючи відомі чи прогнозовані частки ринку і темпи їх зростання, для кожного з видів продукції суб'єкта господарювання оцінюють ефективність їхнього виробництва і реалізації і визначають варіанти стратегії подальшого розвитку;

6) *матриця «Мак Кінсі – Дженерал Електрик»*. На підставі зіставлення привабливості фактичних чи можливих ринків і конкурентоспроможності конкретних видів діяльності виділяють ті з них, розвивати які найбільш доцільно.

Інформацію для аналізу й ухвалення ефективних управлінських рішень щодо оцінки ступеня відповідності внутрішніх можливостей розвитку зовнішнім, а також для початку роботи над наступною інновацією одержують у ході ринкових досліджень.

Беручи до уваги той факт, що виявлення можливих альтернатив розвитку та їх оцінка є однією з функцій економічного прогнозування, то для вибору напрямків інноваційного розвитку на етапі критеріальної оцінки і попереднього вибору перспективних напрямків можна використовувати методи економічного прогнозування з урахуванням специфічних особливостей інноваційного процесу (зокрема, експертні та ймовірно-статистичні методи).

Загалом вибір напрямку інноваційного розвитку за своєю методологічною сутністю подібний до розроблення інноваційної стратегії. Виходячи з цього, для вибору напрямків інноваційного розвитку доцільним є застосування методичних підходів, які використовуються при розробленні інноваційної стратегії. Існують різні моделі розроблення стратегії, які відображають методи вибору стратегії стосовно освоєної продукції – на основі зіставлення ступенів потенціалу диференціації та висоти подоланих бар'єрів для доступу в галузь; вибору інноваційної стратегії – на основі зіставлення ступенів конкурентної та технологічної позицій, використання Бостонської матриці портфеля продукції (зіставлення частки ринку та темпів розвитку галузі), використання методики подолання технологічних розривів.

Для оцінки ефективності реалізації продуктового напрямку інноваційного розвитку в умовах обмежених виробничих ресурсів доцільним є застосування методики, що ґрунтується на порівнянні різниці між ціною інноваційної продукції та змінними витратами на її виробництво (за рахунок неї компенсуються постійні витрати та створюється прибуток) у розрахунку на одиницю виробничих ресурсів.

2.3 Особливості управління вибором напрямків інноваційного розвитку

Особливостями управління ВНІР, які слід ураховувати при виборі напрямків інноваційного розвитку, є:

– наявність достатньо високого рівня ризикованості. Проявляється у низькому рівні успішно реалізованих нових ідей (відповідно до оцінок спеціалістів із 100 нових ідей успішно реалізуються близько 2); значній кількості досліджень та розробок, що не потрапляють на ринок (за даними американського економіста Е. Менсфілда, 60% наукових досліджень та розробок, що проводились 120 американськими промисловими компаніями). Крім того, освоєна продукція не витримує технічних та ринкових випробувань, досить часто реальні витрати на дослідження перевищують заплановані (в 1,7-5,2 разу), а також фактичні терміни перевищують намічені (на 2-5 років);

- з одного боку, існує необхідність у стимулюванні генерації ідей, а з іншого – у систематичній оцінці шансів на досягнення успіху до початку стадії розроблення;
- оцінка перспектив інноваційного розвитку ускладнюється відсутністю достовірної інформації (тобто існує певна невизначеність) в отриманні позитивного результату;
- обов'язковим є якнайбільш повне використання інтелектуального потенціалу підприємства;
- неминучість значних змін у структурі підприємства;
- підсилення протиріч у керівництві підприємства, викликаних у результаті узгодження інтересів і рішень різних груп.

Рекомендації з вибору напрямків розвитку за сферою їх застосування

Широкомасштабне і комплексне використання напрямків інноваційного розвитку вимагає значних, перш за все фінансових ресурсів. Тому в умовах обмежених ресурсів для вибору найбільш прийняттого напрямку інноваційного розвитку для конкретного підприємства існують рекомендації, побудовані на основі відповідності напрямку (залежно від сфери їх застосування) основним економічним результатам (табл. 2.2).

Таблиця 2.2 – Рекомендації з вибору напрямків розвитку за сферою їх застосування

Напрямок інноваційного розвитку	Основні економічні результати			
	збільшення прибутку	збільшення продуктивності праці	скорочення тривалості виробничого циклу	ефективне використання ресурсів
Продуктовий				
Технологічний				
Ринковий				
Організаційно-управлінський				
Ресурсний				

Використання рекомендацій допомагає конкретизувати ВНІР залежно від очікуваних результатів. Наприклад, якщо підприємство має на меті збільшення продуктивності праці, то його інноваційний розвиток повинен бути спрямований на впровадження нової техніки і технології, нових методів організації виробництва, маркетингу, системи управління. Зрозуміло, що це спричинить досягнення й інших важливих економічних результатів: скорочення тривалості виробничого циклу, більш ефективне використання ресурсів, збільшення прибутку.

Модель вибору напрямків інноваційного розвитку

Викладені підходи до ВНІР дозволяють побудувати модель вибору напрямків інноваційного розвитку (рис. 2.3).



Рисунок 2.3 – Узагальнена модель вибору напрямків інноваційного розвитку підприємств

Відповідно до поданої схеми особа, що ухвалює рішення (керівник підприємства чи окремого його структурного підрозділу) на основі відповідної інформації, що надходить із зовнішнього середовища (стан ринку, дії конкурентів, потреби споживачів, правове регулювання і т.д.) та внутрішнього середовища (виробничі можливості, технічна база, збутова політика, кваліфікаційний потенціал персоналу підприємства і т.д.), використовуючи створені критеріальну та методичну бази (інструментарій), обирає напрямок інноваційного розвитку. Зворотний зв'язок між інформаційною, критеріальною та методичною базами показує можливості їх уточнень, узгоджень, необхідність виникнення яких пов'язана з особливостями управління ВНІР, викладеними вище. Ухвалюючи рішення щодо вибору напрямків інноваційного розвитку, особа повинна керуватися пропозиціями, які надходять від спеціалістів і безпосередніх учасників інноваційного процесу, враховувати інтереси та пріоритети виробників, постачальників, інвесторів, робітників, споживачів, суспільства, звертати увагу на минулий досвід реалізації напрямків інноваційного розвитку, а також своєчасність вибору саме цього напрямку.

2.4 Критерії і методичні основи вибору напрямків інноваційного розвитку підприємств

Ухвалення ефективних управлінських рішень щодо вибору напрямків інноваційного розвитку вимагає наявності критеріальної бази, до якої повинні входити критерії для оцінки альтернативних варіантів на кожному етапі ВНІР. Виходячи з цього, формування критеріальної бази для оптимізації ВНІР повинно відображати специфічні особливості поетапного ухвалення рішення, а

також урахувати «площини» вибору альтернативних напрямків інноваційного розвитку:

1) для однорідних варіантів (тобто якщо необхідно визначити пріоритетний варіант інноваційного розвитку з декількох однотипних, наприклад, альтернативних однотипних продуктових напрямків). Такий тип ВНІР спостерігається найчастіше в умовах господарської діяльності підприємства;

2) для різних сфер застосування (наприклад, якщо підприємство вибирає між організаційно-управлінським напрямком і ринковим). Такий тип ВНІР також спостерігається часто, але передбачає значну кількість ускладнень, пов'язаних з незіставністю напрямків;

3) у межах однієї класифікаційної групи.

Методологічний підхід до попереднього вибору напрямків інноваційного розвитку підприємства у площині однієї класифікаційної групи

Вибір напрямків інноваційного розвитку відбувається на основі відповідності їх певним чинникам (критеріям), основними серед яких є:

- 1) цілі та інноваційні орієнтири підприємств;
- 2) достатність ресурсної бази (інтегральна оцінка достатності фінансових коштів, матеріальних ресурсів, персоналу, інформації;
- 3) рівень конкурентоспроможності;
- 4) ставлення до ризику особи, що ухвалює рішення.

На основі виділених критеріїв у додатку Б подано методологічний підхід до попереднього вибору напрямків інноваційного розвитку і таблицю, що його реалізує.

Даний підхід дозволяє здійснити попередній вибір напрямків інноваційного розвитку серед альтернативних на першому етапі вибору (аналіз відповідності внутрішніх можливостей розвитку зовнішнім та визначення можливих шляхів приведення їх у відповідність) за критеріями: цілі підприємства – інноваційні орієнтири – достатність ресурсної бази – рівень конкурентоспроможності підприємства – ставлення до ризику особи, що ухвалює рішення. Слід підкреслити, що в даному випадку альтернативними є напрямки що входять до площини однієї класифікаційної групи (тобто однорідні для даної однієї класифікаційної ознаки). Наприклад, якщо підприємство, що має норму ресурсної бази, якій відповідає високий або середній рівень конкурентоспроможності, і за ставленням до ризику, особа, яка ухвалює рішення, є схильною до нього, ставить перед собою досягнення виробничих цілей і відповідних для цього інноваційних орієнтирів (впровадження нової техніки і технологій; виробництво нових товарів, нових моделей продукції, що випускається; освоєння нових видів і джерел сировини, матеріалів тощо), то воно обирає напрямки інноваційного розвитку: за стратегічною спрямованістю – наступальний; за масштабами – глобальний; за рівнем аналізу – стратегічний; за функціональною діяльністю – виробничий; за

строком реалізації – довгостроковий; за сферою застосування – продуктовий технологічний, ресурсний; з маркетингових позицій – розроблення і реалізація нових товарів; за спонукальними мотивами підприємства-інноватора і споживача інновацій – ефект іміджу або всебічні переваги.

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ

1. Розкрийте зміст напрямків інноваційного розвитку підприємства за різними ознаками.
2. Опишіть методи стратегічного аналізу.
3. Розкрийте сутність напрямків інноваційного розвитку і в чому їх різниця?

ТЕМА 3 ВИМІРЮВАННЯ РІВНЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТА ЧИННИКИ ЙОГО ФОРМУВАННЯ

3.1 Чинники інноваційного розвитку підприємства

3.2 Різновиди ефектів при оцінці інноваційного розвитку

3.3 Методи вимірювання рівня інноваційного розвитку підприємства

3.4 Інформаційна база для оцінки рівня інноваційного розвитку

3.1 Чинники інноваційного розвитку підприємства

Важливою передумовою підвищення рівня конкурентоспроможності національної економіки та національної безпеки держави є формування інноваційної моделі розвитку. Розробка і впровадження тієї чи іншої інноваційної політики багато в чому залежить від можливостей підприємства: обсягів виробництва, номенклатури продукції, рентабельності, фінансового стану. Крім того, необхідно врахувати багато чинників, які сприяють або протидіють розвитку інноваційних процесів, а саме економічні, технологічні, політико–правові, організаційно–управлінські, соціально–психологічні та культурні.

Економічні чинники проявляються у відсутності або наявності коштів для фінансування інноваційно-інвестиційних проектів, що у першому випадку буде мати негативний вплив, у другому – позитивний.

Технологічні чинники впливають негативно за недостатнього розвитку матеріальної та науково-технічної бази.

Політико-правові чинники мають негативний вплив за умовами обмеження антимонопольного, податкового, патентно–ліцензійного характеру і позитивний вплив при законодавчому заохоченні та державній підтримці інновацій.

Організаційно-управлінські чинники здійснюють негативний вплив, якщо незмінні організаційні структури, невиправдана централізація, авторитарний стиль керівництва, жорстке планування, орієнтування лише на

традиційні ринки. Позитивний вплив цих чинників забезпечується при гнучкості організаційних структур, демократичному стилі керівництва, можливості самостійного корегування запланованих рішень, достатньої автономії, переважно горизонтального інформаційного забезпечення.

Важливе значення мають також **соціально-психологічні та культурні чинники**, негативний вплив яких проявляється у разі опору змінам у зв'язку з можливістю зміни статусу та необхідністю пошуку нової або перебудови традиційної роботи, зміни усталених способів діяльності та стереотипів поведінки, побоювання покарань за можливі невдачі. Умовами позитивного впливу даної групи чинників можуть бути: моральні заохочення, громадське визнання, створення умов для творчої праці, сприятливий клімат в трудовому колективі.

Існують інші підходи до групування чинників інноваційного розвитку:

- **законодавчі** (політико-правові, інституціональні) – формують правову основу інноваційного розвитку підприємств в Україні на основі системи законних та підзаконних актів;
- **організаційно-управлінські** – здійснюють вплив через інституційно-управлінські та інституційно-організаційні зміни в інноваційній сфері;
- **фінансово-економічні** (економічні) – визначають особливості здійснення інноваційної діяльності підприємств з позицій грошово-кредитних, бюджетно-податкових, амортизаційних важелів інноваційного розвитку;
- **техніко-технологічні** (технологічні) – здійснюють вплив на технічні та технологічні боки інноваційної діяльності промислових підприємств;
- **соціальні** (соціально-психологічні) – відділяють вплив соціальних наслідків інноваційного розвитку від впливу багатьох інших факторів;
- **екологічні** – визначають вплив нових технологій, нових матеріалів, нових видів енергії на довкілля в процесі інноваційної діяльності підприємств;
- **гуманітарні** (культурні) – впливають на інноваційний розвиток через ступінь освіченості населення, рівень знань і науки в країні;
- **інформаційні** – визначають особливості інноваційного розвитку підприємств на основі використання інформаційних ресурсів.

Інновативність підприємств в цілому залежить від різних зовнішніх і внутрішніх факторів.

До **внутрішніх факторів** відноситься наявність сприятливих економічних, організаційних, психологічних, кадрових і технічних умов для інновацій.

Важливою ланкою в підтримці інноваційних ініціатив на підприємстві є і інформаційний аспект, то є місце взаємодії інформації про нововведення в системі прийняття рішень на підприємстві.

Тоді як **зовнішні фактори**, пов'язані з:

- розвиненістю ринкових відносин;
- станом фінансово-економічної системи країни;
- соціально-економічними і політичними факторами;
- наявністю або відсутністю сприятливого інноваційного клімату та підтримки з боку держави;

- позиціонування підприємства в галузі;
- характеристиками самої галузі;
- розвиненістю відповідної інфраструктури місця розташування підприємства.

Таким чином на інноваційно-інвестиційний розвиток впливає цілий ряд різноманітних чинників, які як сприяють так і перешкоджають інноваційній та інвестиційній діяльності.

3.2 Різновиди ефектів при оцінці інноваційного розвитку

Оцінювання ефективності інвестицій потребує комплексного підходу, що передбачає оцінювання економічних, науково-технічних і соціальних наслідків їх впровадження. **Ефективність інновацій** – результуюча величина, що визначається здатністю інновацій зберігати певну кількість трудових, матеріальних і фінансових ресурсів з розрахунку на одиницю створюваних продуктів, технічних систем, структур.

Ефективність інноваційної діяльності виявляється на *мікроекономічному* рівні (рівні окремих суб'єктів господарювання, які намагаються поліпшити результати свого господарювання і отримати вищий прибуток у довгостроковій перспективі) і на *макроекономічному* рівні (рівні держави, метою якої є забезпечення динамічного розвитку всього суспільства) рівнях.

Засвідчують ефективність реалізації інновацій не тільки економічні результати. Інновації впливають і на умови праці, зменшують потребу в непоновлюваних ресурсах, створюють можливості виконання тих робіт, які дотепер були поза межами людських чи технічних можливостей, формують нові напрями науково-технічного розвитку тощо.

Результати інновацій оцінюють за такими критеріями: актуальність, значущість, багатоаспектність.

Актуальність. Вона передбачає відповідність інноваційного проекту цілям науково-технічного і соціально-економічного розвитку країни, регіону, підприємства. Цілі визначаються з огляду на встановлені суб'єктом управління науково-технічні, економічні, соціальні та екологічні пріоритети, які можуть відображати загальносвітові тенденції розвитку і визначати стратегію розвитку країни, регіону, окремого підприємства.

Значущість. Її визначають з позицій державного, регіонального, галузевого рівнів управління, а також з позицій суб'єкта підприємництва.

Багатоаспектність. Цей критерій враховує вплив інновації на різні сторони діяльності суб'єкта господарювання та його оточення. Це передбачає оцінювання науково-технічного, ресурсного, соціального, екологічного ефектів (результатів).

Різноманітність проявів інноваційної діяльності зумовлює й різноманіття її ефектів, які потрібно оцінювати й урахувати при обґрунтуванні інноваційних проектів, а також при виборі оптимальних з низки альтернативних варіантів.

У загальному випадку виділяють такі основні види ефектів інноваційної діяльності:

1. Економічний ефект. Проявляється у вигляді прямої економічної вигоди від впровадження результатів інноваційної діяльності: економії часу, отримання (зростання) прибутку, зменшення витрат тощо. Він підлягає кількісній оцінці.

Економічний ефект інноваційної діяльності може спостерігатися в одного чи в кількох суб'єктів інноваційного процесу:

- *розробника*, який реалізує свої розробки (патенти, товарні марки, корисні моделі, промислові зразки тощо);
- *виробника* (впровадження інновацій у виробництво чи реалізація інноваційної продукції);
- *посередника* (реалізація інноваційної продукції, застосування нових методів просування продукції тощо);
- *споживача* (наприклад, зменшення експлуатаційних витрат при використанні інноваційної продукції) і т.д.;
- *суспільства в цілому* (зростання ВВП, наповнення бюджету, підвищення рівня якості життя і т.п.).

В економічних розрахунках використовують різні показники економічної ефективності інноваційної діяльності, їх поділяють за:

- **місцем одержання**: локальні, регіональні, галузеві і загальнодержавні.

Локальна ефективність характеризує результати інноваційної діяльності на рівні окремого суб'єкта господарювання, *регіональна* – суб'єктів господарювання регіону, *галузева* – галузі. *Загальнодержавна ефективність* характеризує сукупну ефективність у всіх сферах виробництва і використання інновації в межах держави.

- **метою визначення**: абсолютні та порівняльні.

Абсолютна ефективність показує загальний результат, отриманий підприємством від здійснення інноваційних заходів за певний проміжок часу.

Порівняльна ефективність свідчить про результати альтернативних варіантів інноваційних заходів, на основі чого здійснюється вибір кращого.

- **ступенем збільшення**: одноразові й мультиплікаційні.

Одноразова ефективність вказує на загальний початковий результат, отриманий підприємством від здійснення інноваційної діяльності.

Мультиплікаційна ефективність характеризує результат інноваційної діяльності, що поширюється на інші галузі, внаслідок чого має місце мультиплікація ефекту, тобто процес його помноження. Так, вважається, що найбільший мультиплікаційний ефект мають новації у машинобудівних галузях та будівництві, оскільки вони працюють у тісному зв'язку з багатьма іншими галузями.

- **часом урахування результатів і витрат**: за розрахунковий період і за рік.

Ефективність протягом розрахункового періоду – це результат, отриманий протягом терміну використання інновації. Як правило, він може бути визначений лише приблизно, оскільки на його величину впливають зміни

ринкової ситуації, що можуть бути прогнозовані лише з певною імовірністю. Тому частіше використовують величину ефекту, отриманого протягом року.

Річна ефективність – ефективність, отримана протягом умовного року (як правило, усереднена).

2. Науково-технічний ефект. Полягає в прирості практично-орієнтованих (прикладних) науково-технічних знань і умінь. Кількісна оцінка даного виду ефекту достатньо ускладнена, хоча формалізовані і захищені практично-орієнтовані знання підлягають вартісній оцінці (патенти, ноу-хау тощо), в основному ж його можна оцінити лише опосередковано.

Науково-технічний ефект оцінюється показниками:

- підвищення науково-технічного рівня виробництва;
- збільшення питомої ваги нових прогресивних технологічних процесів і інформаційних технологій;
- кількістю зареєстрованих охоронних документів (авторських посвідчень);
- підвищенням рівня автоматизації, механізації й роботизації виробництва;
- підвищенням конкурентоспроможності підприємства і його продукції;
- зростанням іміджу товаровиробника і т.п.

У більшості випадків науково-технічний ефект проявляється разом з економічним, соціальним та ін. ефектами інноваційної діяльності і його важко виокремити.

3. Науковий (пізнавальний) ефект. Проявляється у вигляді прирощення наукових, науково-технічних та інших знань щодо закономірностей розвитку природи і суспільства. Кількісно оцінити даний ефект досить важко, в основному про нього можна судити з темпів розвитку певних галузей науки, виникнення нових галузей чи нових напрямків у традиційних галузях. Його також можна оцінити через показники зростання кількості наукових публікацій та посилань на публікації в наукових працях вітчизняних чи іноземних науковців, використання нових знань у практичній діяльності підприємств і установ тощо (для прикладних галузей науки).

4. Соціальний ефект. Полягає у створенні більш сприятливих умов для життєдіяльності особи, групи людей, суспільства в цілому. Його можна оцінити кількісно (хоча і не завжди вартісно), наприклад, через показники якості життя населення (у масштабах країни чи регіону). На рівні інноваційного підприємства чи установи його оцінюють такими показниками:

- покращення умов праці працівників;
- приріст доходів персоналу;
- зміни в структурі персоналу з погляду рівня кваліфікації, співвідношення чоловіків і жінок тощо;
- покращення стану здоров'я персоналу;
- збільшення тривалості вільного часу при зменшенні тривалості робочого часу без зменшення чи зі збільшенням рівня оплати праці і т.п.

5. Екологічний ефект. Полягає в зменшенні екодеструктивного впливу на довкілля та поліпшенні якості навколишнього середовища. Підлягає вартісній оцінці, методи оцінки достатньо відомі і перевірені практикою.

Виділяють і інші види ефектів інноваційної діяльності (ресурсний, правовий, ринковий або маркетинговий, податковий і т.п.), проте вони є окремими випадками розглянутих вище або ж їх різновидами.

3.3 Методи вимірювання рівня інноваційного розвитку підприємства

Результативність інноваційного процесу показує, в якій мірі було досягнуто мети за рахунок впровадження інноваційних дій на підприємстві, тобто кількісний рівень впровадженої інновації, а ефективність дасть можливість охарактеризувати якісний ступінь задоволення в процесі впровадження інноваційних заходів на підприємстві відповідно до розрахованих кількісних показників інноваційної діяльності на підприємств.

Так, вітчизняний науковець Л. Я. Малюта запропонувала свою модель комплексної оцінки ефективності інноваційної діяльності підприємства, за допомогою якої можна визначити інтегральний показник рівня його інноваційного розвитку.

Під інтегральним показником рівня інноваційного розвитку підприємства науковцем розуміється «результат оцінювання основних техніко-економічних показників діяльності підприємства, який ґрунтується на визначенні узагальнюючих показників шляхом застосування системи часткових показників та методу експертного опитування».

Згідно представленої моделі комплексної оцінки ефективності інноваційної діяльності підприємства інтегральний показник складається з трьох основних показників:

– **ресурсної складової (Урес)**, яка оцінюється на основі показників, що характеризують інноваційний потенціал підприємства: визначаються показники використання інвестиційних (фінансових) ресурсів, кадрового, інтелектуального, матеріально-технічного, інформаційного потенціалу та ресурсу новацій;

– **технологічної складової (Утех)**, яка характеризується показниками технологічного оновлення під час інноваційної діяльності підприємства: визначаються показники ефективності використання основних засобів і технологій, продуктивності праці та продуктивності інформації;

– **ринкової складової (Уринк)**, яка характеризується результативністю основних показників від інноваційної діяльності підприємства: визначаються показники ринкової віддачі активів, частки фірми на ринку інновацій, рентабельності реалізації інноваційної продукції, передпродажної підготовки, доведення продукту до споживача, ефективності рекламної діяльності, ритмічності збуту нової продукції.

Узагальнення результатів оцінки нововведень на підприємстві за вище визначеними показниками пропонується розраховувати за формулою:

$$y = \frac{X_1 \cdot A_1 + X_2 \cdot A_2 + \dots + X_i \cdot A_i}{100} \quad (1)$$

де X_1, \dots, X_i – коефіцієнти, які характеризують певний узагальнюючий показник;

A_1, \dots, A_i – питома вага коефіцієнта в загальному комплексі оцінок, % .

Запровадження даного методу на основі інтегрального показника при оцінці інноваційного розвитку підприємства Малюта Л. вважає тим «інструментом, який має чітко виражену сигнальну функцію. За його допомогою можна здійснювати моніторинг промислових підприємств за рівнем інноваційного потенціалу, проводити порівняльний аналіз рівня інноваційного розвитку підприємств та формувати їх рейтинг за інтегральним показником рівня інноваційного розвитку». Отже, даний метод оцінки інноваційного розвитку підприємства, який ґрунтується на інтегральному оцінюванні інноваційного процесу на підприємстві, передбачає визначення досягнень певного функціонального рівня підприємством при здійсненні інноваційної діяльності в загальній системі розвитку економіки держави і характеризує переважно статистичний зміст методичного підходу до оцінки розвитку інноваційного потенціалу різних галузей промисловості країни на основі визначення інноваційного потенціалу окремо взятих підприємств.

В дослідженні О. І. Маслак та Л. А. Квятковської також визначено певну систему показників оцінки ефективності інноваційної діяльності підприємства, до яких віднесено:

– **показники виробничої ефективності науково-технічних заходів:** темп приросту ефективності виробництва конкретних видів продукції (робіт) від використання науково-технічних заходів; відносна економія собівартості продукції в результаті запровадження науково-технічних заходів;

– **показники фінансової ефективності науково-технічних заходів:** приріст прибутку в результаті реалізації науково-технічних заходів; приріст доданої вартості, включаючи амортизацію, в результаті реалізації науково-технічних заходів, у тому числі за рахунок інтенсивних і екстенсивних факторів; приріст доходу за рахунок реалізації науково-технічних заходів;

– **показники інвестиційної ефективності науково-технічних заходів:** ці показники характеризують кількість впроваджених науково-технічних засобів, зростання питомої ваги прогресивних технологічних процесів та нових інформаційних технологій, підвищення коефіцієнта автоматизації та організаційного рівня виробництва і праці, кількість патентів або авторських свідоцтв, індекс цитування, підвищення конкурентоспроможності підприємства, товарів (послуг) на ринку.

До практичного застосування можливо запропонувати наступні методи оцінки економічної ефективності інновацій на підприємстві:

1. Розрахунок зростання обсягів доходу у порівнянні з аналогом, що передбачає не тільки розрахунок загального обсягу доходу (корисного результату), який отримується за весь термін корисного використання нововведень. При цьому застосовується і теорія порівняльної оцінки ефективності (обирається найкращий варіант нововведень), і теорія абсолютної ефективності (розраховуються оціночні показники абсолютної ефективності обраного варіанту інновації).

2. Застосування системи оціночних показників, які враховують інтереси різних учасників інноваційного проекту:

- державні інтереси (вплив на бюджетні відрахування);
- інтереси розробників інноваційного проекту;
- інтереси виробників інноваційної продукції (послуг);
- інтереси споживачів інноваційної продукції (послуг).

Такий підхід дозволяє оцінити інноваційний проект не лише з позиції зацікавленості інвестора, який відбувається при застосуванні методів оцінки ефективності інвестицій, а всіх залучених до інноваційного проекту учасників.

3. Розрахунок інтегрального (загального) ефекту від створення, виробництва та експлуатації нововведень.

Цей метод дозволяє надати не тільки узагальненої (комплексної) оцінки ефективності нововведення, але і визначити питому вагу кожного з учасників інвестиційної діяльності в процесі інноваційних дій на підприємстві.

4. Застосування методів компаундінгу та ануїтету у поєднанні з методом дисконтування.

В цьому випадку з'являється можливість розрахувати економічний ефект по кожному року корисності використання нововведення і в більшій мірі узгодити показники ефективності з реальним господарським процесом на підприємстві. Метод дисконтування при оцінці ефективності інновацій на підприємстві не дозволяє проектувати майбутні показники з урахуванням їх ефективності на перспективу.

5. Використання двох норм доходу на капітал:

- приведення одноразових витрат до розрахункового року (норма прибутку, яку гарантує банк власнику грошових коштів, вкладених в депозитний розрахунок);
- норма доходу на капітал, яка досягається для узгодження інтересів інвесторів та виробників при отриманні доходу від реалізації інноваційної продукції (послуг).

3.4 Інформаційна база для оцінки рівня інноваційного розвитку

Протягом останніх років розвинуті країни витрачали понад половину трильйона дол. США щороку на розвиток науково-дослідної сфери. Ще більш суттєві фінансові ресурси було спрямовано на інноваційну діяльність. Тому, зрозуміло, що як окремі країни, так і міжнародні організації приділяють

особливу увагу розвитку відповідних статистичних інструментів для оцінки рівнів науково-технічної та інноваційної діяльності. З 1960-х років ключову роль у цьому відіграє секретаріат Організації з економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР).

Не завжди вдається зібрати відповідні дані на основі традиційних методів національної статистики. Через це у країнах ЄС та деяких країнах, що входять до нього, регулярно проводяться так звані огляди інновацій Співтовариства (CIS). Як правило, вони проводяться раз на два-три роки.

Система показників Європейської системи оцінки інновацій надає можливість порівняти країни. Вбудовані показники інноваційного розвитку, включаючи так званий індекс інновацій ЄС, обчислюються у рамках Європейської системи оцінки інновацій для того, щоб зробити порівняння більш суттєвим. Це дозволяє вимірювати «відстані» між країнами та регіонами для того, щоб визначити найкращу практику та розробляти рекомендації стосовно стандартизації національних інноваційних систем.

Існують різні інформаційні ресурси, що можуть використовуватися для збору відповідних статистичних показників в Україні. Їх можна згрупувати у п'ять категорій

1. «Традиційні» статистичні форми Державного комітету статистики України

Значення багатьох показників інноваційної діяльності можуть отримуватися на основі існуючих статистичних даних:

- форма №1 – інновація «Обстеження інноваційної діяльності промислового підприємства»

В даній формі підприємство відповідає на такі питання:

- Чи було підприємство задіяне в інноваційній діяльності (внутрішні та зовнішні науково-дослідні розробки, придбання машин, обладнання та програмного забезпечення, придбання інших зовнішніх знань, навчання та підготовка персоналу, ринкове впровадження інновацій та інші роботи;

- Витрати на інновації (власні кошти, кошти державного та місцевих бюджетів, позабюджетних фондів, вітчизняних та іноземних інвесторів, кредити);

- Чи впроваджувало підприємство нову або вдосконалену продукцію (у тому числі – нову для ринку, нову лише для підприємства);

- Обсяги реалізованої інноваційної продукції;

- Кількість придбаних (переданих) підприємством нових технологій (технологічних досягнень).

- форма №1 – технологія «Звіт про створення та використання передових технологій та об'єктів права інтелектуальної власності»

В даній формі підприємство надає таку інформацію:

- Створення передових технологій (область призначення; ступінь новизни – нова для України, принципово нова; кількість охоронних документів – на винахід, на корисну модель, на промисловий зразок; патентна чистота);

- Використання передових технологій (по основним групам передових технологій та напрямкам впровадження);
- Використання об'єктів права інтелектуальної власності.
- інші форми, що не мають прямого зв'язку з інноваціями, але містять деякі показники, пов'язані з різними аспектами наукової, технологічної та інноваційної діяльності. Вони подаються юридичними особами усіх організаційних та правових форм, а також їх філіями, відділеннями, що ведуть комерційну діяльність, що мають відповідний класифікаційний код згідно з класифікацією типу економічної діяльності (КВЕД), незалежно від їх основної діяльності.

Результати збору та обробки даних оприлюднюються у щорічному статистичному бюлетені Державного комітету статистики України «Дослідницька та інноваційна діяльність».

2. Результати спеціального інноваційного огляду, що проводиться відповідно до методології ЄС (спеціальний огляд Державного комітету статистики).

3. Результати регулярних оглядів конкурентоздатності, що проводилися Держкомстатом України.

Державний комітет статистики України разом із Комплексними статистичним дослідженнями у науково-технічній сфері (Дослідницька філія Комітету) проводить такі огляди з метою вивчення використання інвестицій та інновацій безпосередньо на промислових підприємствах, куди вкладаються інвестиції і де більш часто використовуються новітні технології.

Огляд конкурентоздатності, що проводиться Державним комітетом статистики на щоквартальній основі починаючи з 1997 року, дозволяє отримати актуальну інформацію стосовно рівня такої діяльності на рівні секторів національної економіки. Крім того, огляди конкурентоздатності надають можливість оцінити перспективи інноваційної діяльності, оскільки там є питання, пов'язані з планами компаній у цій сфері на наступний рік.

4. Інформація, зібрана різними міністерствами та різними підрозділами державних установ.

Зазвичай, в Україні така статистика збирається різними міністерствами та установами (наприклад, Національною академією наук України) на секторальній основі. Як правило, стандарти даних співпадають зі стандартами Державного комітету статистики України. Таким чином, певні питання інноваційної діяльності деталізуються даними з галузевої статистики, однак інші – взагалі не враховуються. Такий підхід є доволі природнім, але в певних випадках дані галузевої статистики не дозволяють проводити правильне порівняння на національному рівні, і це дублює загальнонаціональні статистичні дані (інформацію Державного комітету статистики України).

5. Дані спеціальних оглядів щодо інновацій, що проводяться дослідниками та організаціями.

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ

1. Перелічіть чинники інноваційного розвитку підприємства, які сприяють і перешкоджають інноваційній та інвестиційній діяльності.
2. За якими критеріями оцінюють ефективність інновацій?
3. Які використовують ефекти при оцінці інноваційного розвитку?
4. З чого складається інтегральний показник інноваційного розвитку підприємства?
5. Які існують методи оцінки ефективності інновацій на підприємстві?
6. Які використовують інформаційні ресурси для оцінки рівня інноваційного розвитку?

ТЕМА 4 СУЧАСНІ ОРГАНІЗАЦІЙНІ ФОРМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

4.1 Сучасні організаційні форми інноваційної діяльності

4.2 Типи організаційних структур управління інноваціями на підприємстві

4.1 Сучасні організаційні форми інноваційної діяльності

У всіх розвинутих країнах приділяють значну увагу фундаментальним та пошуковим дослідженням, які формують потенціал знань для інноваційної діяльності і створюють основу принципово нових рішень у різних сферах людського буття. Фундаментальні теоретичні дослідження здійснюють у спеціалізованих науково-дослідних організаціях.

Прикладні науково-технічні дослідження можуть здійснювати організації різні за розмірами, спеціалізацією, галузевою належністю, правовою формою тощо. Їх результатом є розроблення нових технологій, удосконалення чи створення нових продуктів та їх модифікацій, розширення сфер їх застосування тощо.

Ключову роль у розвитку інноваційної діяльності покликані відіграти внутрішньофірмові наукові дослідження, інтегровані в реальний сектор економіки. Виробнича наука України має незначні ресурси. Вона зорієнтована, головним чином, на вирішення короткотермінових технічних завдань власного виробництва.

У Законі України «Про інноваційну діяльність» зазначено, що **інноваційне підприємство** – це підприємство, що розробляє, виробляє і реалізує інноваційні продукти і продукцію чи послуги, обсяг яких у грошовому вимірі перевищує 70% його загального обсягу продукції і послуг.

Необхідність формування інноваційного підприємництва в Україні об'єктивно зумовлена такими обставинами:

- актуалізацією інтенсивних факторів розвитку виробництва, які сприяють використанню досягнень НТП у діяльності підприємств;
- визначальною роллю науки в підвищенні ефективності розробки та впровадження нової техніки і технологій;

- необхідністю підтримки вітчизняного товаровиробника;
- специфікою процесу науково-технічного виробництва;
- збільшенням витрат і погіршенням економічних показників підприємств при створенні нової продукції;
- швидким техніко-економічним старінням виробничих фондів і технологій;
- об'єктивною необхідністю прискореного освоєння нової техніки та технології.

Інноваційна інфраструктура забезпечує організаційну, правову та економічну підтримку інноваційної діяльності на різних рівнях і в різних формах.

Інноваційна інфраструктура — сукупність підприємств, організацій, установ, їх об'єднань, асоціацій будь-якої форми власності, що надають послуги із забезпечення інноваційної діяльності (консалтингові, маркетингові, інформаційно-комунікативні, юридичні, освітні, тренінгові тощо).

Складовими інноваційної інфраструктури є фінансово-кредитні установи; зони інтенсивного науково-технічного розвитку (технополіси); технопарки (наукові, індустріальні, агропарки); інноваційні центри (технологічні, регіональні, галузеві); центри трансферу технологій, інкубатори (інноваційні, технологічні, інноваційного бізнесу); консалтингові (надання консультацій) фірми, компанії та ін.

Інноваційний процес охоплює багатьох учасників і має свою інфраструктуру. Його здійснюють на державному і міждержавному рівнях, у регіональних і галузевих сферах, місцевих (муніципальних) формуваннях. Всі учасники мають свої цілі і формують організаційні структури для їх досягнення. Інноваційна активність великих і дрібних організацій різниться, що зумовлено різною стратегією їх діяльності. Звідси і множинність організаційних форм інноваційної діяльності.

Сфера інноваційної діяльності охоплює велику кількість організацій, що включаються в інноваційний процес на різних його стадіях і виконують певні функції: генерування нових ідей, формування концепції новації, її матеріалізація у певному продукті (інновації), розроблення практичних способів її використання, виробництво інновації і виведення її на ринок. Ці процеси відбуваються завдяки їх фінансуванню. Чим перспективнішою є інновація, тим активніше на неї реагують потенційні інвестори і тим швидше вона набуває практичного застосування.

Організаційні структури інноваційної діяльності – це підприємства (організації), що займаються інноваційною діяльністю, науковими дослідженнями, розробкою та реалізацією інновацій.

Усі організаційні структури інноваційної діяльності можна поділити на 3 групи:

- 1 група – наукові організації, що створюють і реалізують новації;
- 2 група – ринкові суб'єкти інноваційної діяльності, що доопрацьовують, виробляють та реалізують інновації;

3 група – організаційні структури інтеграції науки та виробництва, що скорочують період від виникнення ідеї до її практичного використання.

Наукова організація – організація (підприємство, фірма), для якої наукові дослідження і розробки є основним видом діяльності. Вони можуть бути основною діяльністю також для підрозділів цієї організації. Наявність таких підрозділів не залежить від належності організації до тієї або іншої галузі економіки, від організаційно-правової форми власності.

Протягом останніх десятиріч великого розвитку набула консультативна наукова діяльність. Вона має всеосяжний характер. Це консультативні фірми з будь-яких питань організації та управління, починаючи з питань довгострокового прогнозування, розробки стратегій і закінчуючи питаннями звільнення.

Взаємодія науки та виробництва у галузях високої технології породила ще одну форму міжфірмової кооперації – **«стратегічні альянси»**. Вони виникають на підставі угод між фірмами щодо взаємодоповнюючих функцій при проведенні наукових досліджень і комерціалізації результатів. Найпоширенішими є угоди про спільну науково-технічну діяльність, організацію консорціумів і спільних підприємств. На відміну від звичайних контрактів типу «замовник-постачальник», стратегічні альянси мають ряд особливостей, а саме:

- цей вид кооперації охоплює переважно сферу НДДКР;
- основним елементом угоди є проведення фундаментальних досліджень у заданих напрямках з можливістю адаптації до конкретного ринку;
- угода, яка охоплює всі основні сфери відтворюючого циклу НДДКР – організація виробництва – виробництво – збут, має комплексний характер, що дає змогу зменшувати витрати, раціоналізувати виробничий процес, використовувати вітчизняний досвід щодо освоєння ринків, забезпечувати стабільність стандартів, зменшувати кількість технологічних операцій, удосконалювати прийоми та методи виробництва нової техніки, прискорювати процес використання нових ідей, розробок виробництва, диверсифікувати фінансовий ризик.

Формування ринкових відносин в інноваційній сфері передбачає існування різних організаційних форм, що відрізняються масштабами інноваційної діяльності і її змістом. Інноваційна діяльність є основою конкурентоспроможності, тому кожен ринковий суб'єкт зацікавлений у створенні та використанні інновацій. Фірми, які не здатні самостійно створити інновацію, включаються в інноваційний процес на стадіях її дифузії. За часом залучення до інноваційного процесу та підходом до вибору інновацій, ринкові суб'єкти поділяють на чотири категорії: експлеренти, патіенти, комутанти і віоленти.

Експлеренти – це фірми, що спеціалізуються на створенні нових чи радикально змінених старих сегментів ринку. Вони є розробниками нової продукції, для чого створюють у себе потужні дослідницькі відділи та конструкторські бюро. Впроваджуючи принципово нові продукти, вони

отримують надприбуток за рахунок їх великої наукомісткості і внаслідок піонерного виведення їх на ринок.

Віоленти орієнтуються на інновації, що здешевлюють виготовлення продукції, водночас забезпечуючи їй рівень якості, якого вимагає основна маса споживачів. За рахунок низьких цін і середньої якості фірма завжди конкурентоспроможна. Віолентом може стати фірма-експлерент на етапі використання інновацій.

Комутанти використовують інновації, створені іншими (як правило, віолентами), збагачуючи їх індивідуальними характеристиками, пристосовуючись до невеличких за обсягами потреб конкретного клієнта. Вони підвищують споживчу цінність товару не за рахунок надвисокої якості (як пацієнти), а завдяки індивідуалізації. Підвищена гнучкість комутантів (за що вони отримали назву «сірих мишей») дає змогу їм утримувати конкурентні позиції. Зазвичай комутанти – це дрібні фірми, які використовують інновації на стадії їх старіння.

Пацієнти створюють інновації для потреб вузького сегмента ринку. Вони уникають конкуренції із великими корпораціями, вишукуючи недоступні для них сфери діяльності, надаючи товару унікальних властивостей. Товари мають ексклюзивний характер, є високоякісними і дорогими.

Варто звернути увагу ще на одну організаційну форму створення та реалізації інновацій – венчурну. Венчурний (ризиковий) бізнес – якісно новий вид підприємницької діяльності, при якому здійснюється фінансування ризикованого підприємства, що працює над впровадженням у виробництво певної новації.

Ризиковані (венчурні) фірми не повертають вкладені у них інвестором кошти і не виплачують відсотки на них. Зате інвестор отримує права на всі запатентовані і незапатентовані («ноу-хау») інновації та засновницький прибуток від ризикованих підприємств у тому випадку, коли вони досягають успіху. Більшість фірм венчурного капіталу існує у формі товариств з обмеженою відповідальністю, їхньою метою є отримання від різних фінансових інститутів коштів для створення ризикованих підприємств. У них, як правило, мала кількість працівників. Такі фірми створюються безпосередньо підприємцями, менеджерами, бізнесменами. Вони можуть бути окремими відділеннями крупних компаній і фінансових груп. Венчурне фінансування стимулює розвиток наукового процесу, сприяє прискоренню впровадження новітніх досягнень науки у виробництво.

Крім венчурних фірм, сьогоднішній низький рівень забезпеченості державної науки, з одного боку, та розвиток ринкових економічних відносин в країні – з іншого, викликають необхідність створення нових форм науково-виробничої діяльності, що побудовані на комерційній основі, тобто технічних парків, технополісів та інших.

Значного поширення в індустріально розвинених країнах набули мережеві виробничі системи – кластери. Наразі саме ці специфічні неформальні об'єднання заради спільної мети виробничих та дослідницьких структур є одними з найефективніших механізмів швидкої дифузії інновацій у

виробництво і забезпечення високої конкурентоспроможності товарів, послуг, підприємств і регіонів.

Кластер – це галузево-територіальне добровільне об'єднання підприємств, що тісно співпрацюють із науковими установами та органами місцевої влади, з метою підвищення конкурентоспроможності власної продукції та економічного зростання регіону.

Кластери можуть об'єднувати підприємства та установи як окремих регіонів, так і різних країн для підвищення ефективності їх діяльності, зростання продуктивності праці та якості продукції, стимулювання конкуренції та інновацій, залучення інвестицій, сприяння формуванню нових підприємств, враховуючи їх вигідне географічне розташування. Кластери дозволяють підприємствам гнучкіше реагувати на зміну умов ведення бізнесу.

Ефективними організаційними формами співробітництва промислових фірм з вищими навчальними закладами є **інноваційні центри**. Це технологічно активні комплекси зі сформованою інтегрованою структурою нововведень, яка включає університети і науково-виробничі фірми. Інноваційний бізнес у цій моделі підтримує стійкі взаємозв'язки всередині великої інноваційної інфраструктури, має розвинені мережі неформального обміну інформацією та формування каналів збуту нововведень.

У зарубіжній практиці поняття «інноваційний центр» використовують як узагальнююче визначення потужної інноваційної структури. До цієї групи належать:

- регіональні науково-технологічні центри (РНТЦ);
- центри передових технологій;
- технологічні парки (науковий, промисловий, технологічний, інноваційний, бізнес-парк та ін.);
- технополіси тощо.

Розглянемо найбільш розповсюджені у світовій практиці форми інноваційних центрів.

Регіональні науково-технологічні центри (РНТЦ). Такі центри є засобами формування і реалізації регіональної інноваційної політики, спрямованої на забезпечення економічного розвитку регіону. Для ефективної інноваційної політики необхідно сформувати систему моніторингу інноваційного потенціалу регіону, створити регіональну систему підтримки і розвитку інноваційної діяльності, координувати діяльність організацій, що здійснюють інноваційну діяльність, сприяти розвитку інтелектуального та кваліфікаційного потенціалу населення регіону. Всі ці питання перебувають у компетенції РНТЦ.

Засновницькі центри – це територіальні об'єднання новостворених підприємств (здебільшого обробної промисловості і виробничих послуг). Їх засновники – комуни, а також промислово-торговельні палати, банки, економічні союзи, університети. Центри координують діяльність комерційних фірм, підтримуючи їх на етапі становлення і сприяючи розвитку тих, які забезпечують краще використання ресурсного потенціалу регіону.

Центр інновацій здійснює спільні дослідження з фірмами, навчає слухачів основам винахідництва та управління інноваціями, організовує нові інноваційні комерційні фірми. У центрі проводяться прикладні дослідження з високою вірогідністю успіху, для яких термін фінансування витрат на технічні й комерційні консультації як правило не перевищують 5 тис. дол.

Центр промислової технології має за мету сприяння впровадженню новацій у серійне виробництво. Для цього такі центри проводять експертизи, маркетингові дослідження ринку, надають консультації промисловим фірмам та індивідуальним винахідникам стосовно окремих питань, пов'язаних з розробленням і впровадженням нововведень.

Досвід свідчить, що одним із найбільш дієвих способів зміцнення РНТЦ є встановлення тривалих ділових контрактів між співробітниками центрів і промисловцями. Тому організаційна структура центрів передбачає в управлінні ними представників бізнесу.

Найвагоміші вигоди, які можуть мати влада і населення регіону від діяльності регіональних науково-технологічних центрів, полягає у тому, що:

- з'являються нові можливості в плануванні та координації регіональної інноваційної політики;
- розширюються можливості використання високотехнологічних ресурсів місцевого значення;
- поліпшується екологічна обстановка, що сприяє економії коштів на охорону довкілля;
- завдяки зростанню кількості робочих місць скорочуються витрати бюджету, пов'язані з безробіттям;
- розширюються експортні можливості регіону, зростають надходження до місцевого бюджету за рахунок підвищення ділової активності;
- розвивається регіональна інфраструктура;
- поліпшуються умови для обміну науково-технологічною інформацією та передовими технологіями в міжрегіональному і міжнародному масштабах;
- зростають освітянський та інтелектуальний рівень населення, економляться бюджетні кошти на протидію антисоціальним явищам;
- зростає рівень життя населення.

Від створення РНТЦ, безумовно, мають користь і підприємницькі структури регіону, зокрема:

- використовуються прогресивні технології, впроваджуються ноу-хау тощо;
- збільшуються обсяги експорту продукції;
- зростають престиж і конкурентоспроможність продукції;
- стає можливим доступ до науково-виробничої бази та інтелектуальних ресурсів вищих навчальних закладів тощо.

Технопарк – компактно розташований науково-технологічний комплекс, до складу якого входять наукові установи, вищі навчальні заклади, комерційні банки, консалтингові, інформаційні та інші сервісні служби і який функціонує на засадах комерціалізації науково-технологічної діяльності.

Мета технопарків – комерціалізація науково-технічної діяльності, забезпечення швидкого просування наукових досягнень у виробничу сферу, що дозволяє в умовах кризової ситуації у вузівській науці в Україні забезпечити науковців творчою роботою, достатньо високою заробітною платою.

Технопарки вирішують такі питання:

- прискорюють процеси передачі результатів фундаментальних та прикладних наукових досліджень у виробництво;
- забезпечують розвиток інноваційного підприємництва;
- сприяють залученню промислових та банківських ресурсів в інноваційну сферу.

Фірми, що діють у межах технопарку, в основному, є самостійними юридичними особами. Діяльність технопарку фінансується за рахунок коштів відрахувань фірм – складових технопарку, а також за рахунок державних та регіональних субсидій, банківських кредитів, спонсорської допомоги тощо.

Отже, вже сьогодні технологічні парки забезпечують створення і виробництво високотехнологічної продукції як для потреб внутрішнього ринку, так і для збільшення експортного потенціалу України. Саме технопарки є рушіями генезису нової національної інноваційно-технологічної платформи, що має спиратися на високодинамічний комплекс дій: науково-практичне дослідження – експериментальна розробка – технологічне впровадження – промисловий збут. Крім того, діяльність технологічних парків спрямована на збереження науково-технологічного потенціалу України, створення додаткових робочих місць, залучення зовнішніх та внутрішніх інвестицій у науково-технологічну сферу.

Технополіс – це сукупність технопарків, інкубаторів і комплекс різноманітних структур, що забезпечують життя міста, розгалужену інфраструктуру, яка підтримує наукову і виробничу діяльність.

Серед особливостей технополісу можна виділити такі:

- вони формуються в умовах помірних темпів зростання економіки (завоювання ринку трудомісткої продукції);
- передбачається розвиток – «технологій XXI століття» (електроніка, біотехнологія, нові матеріали і ін.);
- головна роль відводиться місцевим органам влади: заохочується діяльність малих і середніх підприємств з високим науковим і виробничим рівнем (більш гнучкі).

Технополіси, відповідно до законодавства, передбачалося створювати в районах зі слабким розвитком наукомістких виробництв, але за умови, що в регіоні є університети. Саме місцевим університетам надається вирішальна роль у здійсненні й координації наукових розробок, забезпеченні зони технополісу кваліфікованими фахівцями і дослідниками.

Важлива роль в активізації інноваційної діяльності, особливо на стадії внутрішнього й зовнішнього трансферу технологій, має належати **промислово-фінансовим групам (ПФГ)**. Основна мета ПФГ – розвиток інноваційного потенціалу, випуск якісної продукції і прорив з нею на світові ринки, тобто зовнішній трансфер технологій. Для здійснення цих функцій доцільно

створювати при ПФГ міжгалузеві наукові (дослідницькі, технологічні, інноваційні) центри, які б займалися питаннями підтримки й розвитку науково-технічного потенціалу підприємств, що входять до складу ПФГ, використовуючи досвід промислово-розвинутих країн зі створення інноваційних підрозділів при великих корпораціях. Ці центри мають діяти в тісному контакті з регіональними інноваційними центрами.

Крім технопарків і технополісів на ринку діють так звані бізнес-інкубатори, що займаються реалізацією будь-якого проекту, за якими є можливість отримати прибуток.

Фірма-інкубатор – це організаційна структура, мета якої створення сприятливих умов для ефективної діяльності новоутворених малих інноваційних фірм, що реалізують нові наукові ідеї-новації. Вона може надавати таким фірмам приміщення та необхідне обладнання на певний період, забезпечуючи їх консультаціями з економічних та юридичних питань на пільгових засадах, організувати інформаційне та рекламне забезпечення. Інкубатор проводить також експертизу інноваційних проектів (науково-технічну, економічну, комерційну), веде пошук інвесторів та дає їм певні гарантії, надає можливість скористатися своїм дослідним виробництвом і цим допомагає інноваційним малим підприємствам виживати в межах інкубаторів.

Розвиток фірми-інкубатора не потребує бюджетних асигнувань, вона забезпечує себе на засадах самофінансування.

4.2 Типи організаційних структур управління інноваціями на підприємстві

Під **організацією здійснення інновацій** розуміємо процес упорядкування елементів інноваційної системи, що забезпечує раціональне поєднання в часі й просторі всіх елементів процесу розробки та дифузії новацій з метою ефективного виконання ухвалених планових рішень з досягнення завдання і стратегічних цілей підприємства.

Успіх управління інноваціями залежить від організаційної моделі підприємства загалом та підрозділів, які безпосередньо є відповідальними за нововведення. Оскільки важливішою проблемою є комплектування спеціалістами і встановлення організаційної форми роботи, то необхідно вибрати організаційну структуру управління. Організаційна структура управління є сукупністю взаємопов'язаних ланок управління, розташованих на різних рівнях.

Загалом на великому підприємстві існує багаторівнева розгалужена структура, в якій управління може відбуватися за одним (чи кількома одночасно) з таких принципів:

- функціями (планування, проектування, контролювання тощо);
- територіальною ознакою (керівництво відділеннями, розташованими у різних місцях);

— цілями та завданнями (для виконання окремих напрямів проекту або спеціальних видів робіт об'єднуються виконавці різних спеціальностей або функцій і працюють разом над певною частиною проекту або завданням).

Організаційна модель залежить від багатьох чинників, таких як характер здійснюваних інновацій, масштаб інноваційної діяльності, її галузевої приналежності тощо.

Найпоширенішим підходом до формування підрозділів є функціональний, при якому фахівці однієї спеціальності об'єднуються у функціональні підрозділи. Проте функціональна структура у чистому вигляді не застосовується, адже управління здійснює лінійний керівник через групу підпорядкованих йому функціональних керівників, кожний з яких має право управління підрозділами в межах повноважень. При її використанні забезпечується високий потенціал колективної роботи і мотивації фахівців. Така організаційна структура забезпечує компетентне керівництво стосовно кожної управлінської функції. Проте оперативність управління може уповільнюватися внаслідок узгодження рішень міжфункціонального характеру.

Функціональну організаційну структуру використовують, зазвичай, у тих організаціях, де наявні стабільний рівень попиту на продукцію, чіткі умови господарювання. Основні недоліки такої традиційної організаційної форми в умовах впровадження інновацій: негнучкість, нездатність змінити склад і обов'язки персоналу. В інноваційній компанії взаємодія на рівні «організація — зовнішнє середовище» відбувається на основі органічного підходу, якому властиве використання неформальних процедур, децентралізація й участь персоналу у розробці управлінських рішень, гнучкість, невелика кількість рівнів ієрархії. У таких умовах, внаслідок відсутності чітко визначених стандартів, спеціаліст керується саме мотивацією, внутрішньою винагородою, а не працює під наглядом систем формального контролю.

Взаємодія на рівні «підрозділ – підрозділ» реалізується за допомогою дивізійних, проектних і матричних структур. Характерною рисою дивізійної структури є створення функціональних органів менеджменту в рамках відносно самостійного підрозділу – департаменту, відділення, дочірнього підприємства, філії. Штаб здійснює планування і розподіл основних ресурсів, а підрозділи ухвалюють оперативні рішення і відповідають за кінцевий результат та одержання прибутку. Недоліки дивізійних структур (зростання управлінського апарату, конфлікти між підрозділами за розподіл фінансових і матеріальних ресурсів) долають в організаціях, побудованих іншим чином.

Для інноваційних заходів створюють тимчасові проектні групи, які очолюють керівники проектів. Наявність напівавтономних груп, які формуються для конкретного проекту, уповноважених одержувати ресурси, визначає організацію праці, якість продукції, проведення інновацій, іноді — навіть приймання на роботу.

Матрична структура дає змогу гнучко маневрувати людськими ресурсами за рахунок їх перерозподілу між проектами, водночас зберігаючи адміністративну приналежність до відповідних функціональних відділів. Тобто, матричний принцип взаємовідносин взаємопов'язаний з функціональною

структурою. Повноваження між керівником проекту та функціональним менеджером розподіляються таким чином: перший визначає завдання, методи, засоби вирішення і термін виконання, а другий – склад групи від свого підрозділу. За кінцеві результати проекту, включно з витратами коштів, часу і якістю виконання відповідає керівник проекту. З огляду на це, повинні бути налагоджені чіткі горизонтальні комунікації. За таких умов матрична структура дуже гнучка, повністю спрямована на нововведення, забезпечує високу ефективність роботи, незначні терміни розробки і оперативність роботи. Приклад матричної структури наведений на рисунку 4.1.

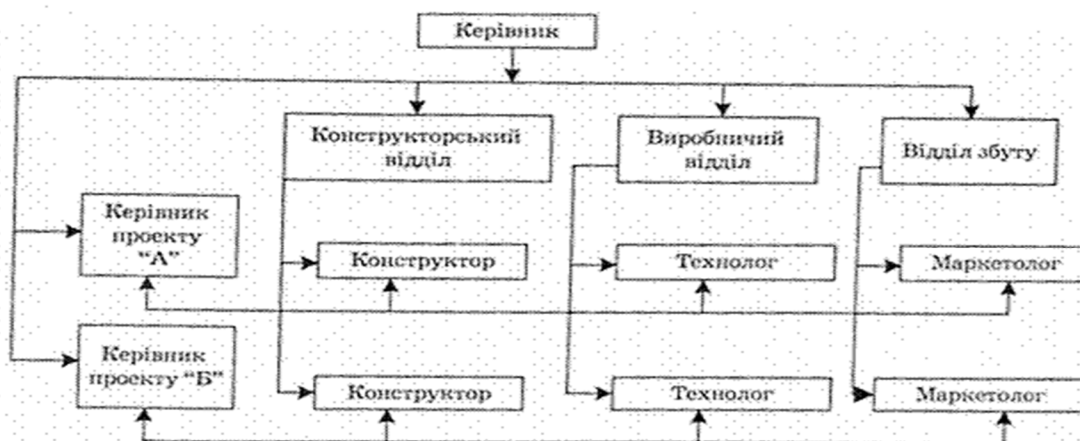


Рисунок 4.1 – Матрична структура

Проте є і певні недоліки. По-перше, порушується принцип ефективного менеджменту – єдність розпорядництва. Виконавець у матричній структурі підпорядковується двом керівникам: безпосередньому керівнику структурного підрозділу і керівнику проекту. По-друге, може відбуватися перевантаження функціональних підрозділів, якщо одні й ті самі працівники потрібні для виконання різних проектів. Цю проблему можна вирішити за допомогою ефективнішого стратегічного планування, визначення пріоритетів за цілями та бюджетування фінансових ресурсів. Найдоцільніше використовувати управління інноваційними процесами на основі матричної організаційної структури на підприємствах, де наявна велика номенклатура продукції, яку часто необхідно оновлювати відповідно до запитів ринку.

Другим типом структури для інноваційної діяльності є проектне управління. Воно дещо схоже на матричну, адже для вирішення конкретного завдання створюється спеціальна робоча група, яка може проіснувати недовго. При цьому відповідний персонал повертається у свої підрозділи. Для реалізації цілей інноваційного розвитку створюється спеціальний підрозділ, що займається винятково питаннями стратегії, а керівники проектів зосереджуються на виконанні конкретних завдань.

З погляду ефективності менеджменту, проектне управління краще за матричне: підпорядкування кожного працівника лише одному керівнику,

дотримання норми керованості, раціональний розподіл повноважень і відповідальності між рівнями управління, що сприяє чіткому поділу праці, запобіганню дублювання в роботі тощо.

Принципова схема структури проектного управління представлена на рисунку 4.2.



Рисунок 4.2 – Приклад проектної структури управління

Нині у сфері високих технологій і динамічних галузях з'являються організації едохкратичного типу (грец. айпосгасу — влада знань, компетенції). По-суті, це проектний тип для виконання складних і нестандартних робіт, влада базується не на формальних ієрархічних відносинах, а на знаннях і компетенції. Оскільки діяльність має творчий характер, надається велика свобода дій, цінується вміння вирішувати проблеми, винагорода колективна, фінансові ресурси розподіляють зверху.

Отже, найпоширенішими типами організаційних структур, які здійснюють інноваційні заходи, вважаються матрична та проектна організації. Перш ніж обрати певний тип структури, необхідно визначити завдання організації для дослідницьких підрозділів у короткостроковій та довгостроковій перспективах, склад спеціалістів, потрібно налагодити плідну співпрацю між ними. Треба відзначити також необхідність належно організованих комунікацій як важливої умови раціонального менеджменту інноваціями для досягнення цілей та створення сприятливих соціально-психологічних умов. Сучасною вимогою під час створення комунікаційних мереж є використання новітніх інформаційних технологій і професійних ЕОМ з єдиною базою даних.

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ

1. Що розуміють під організацією інновацій?
2. Виділіть властивості, які притаманні всім організаціям, що займаються інноваційною діяльністю.
3. Дайте визначення поняттю «організаційна структура управління». Які особливості організаційної структури управління інноваційною діяльністю?

4. Охарактеризуйте організаційні структури, які належать до ринкових суб'єктів інноваційної діяльності.

5. Охарактеризуйте переваги і недоліки дивізіональних організаційних структур щодо управління інноваційними процесами.

6. Які фактори впливають на вибір організаційної структури управління інноваційною діяльністю?

7. Яку роль у формуванні організаційної структури відіграють цілі організації?

8. Як впливають інтенсивність і масштаби нововведень на зміну організаційної структури?

9. Охарактеризуйте переваги і недоліки малих форм бізнесу в інноваційній діяльності.

10. Опишіть види інноваційних центрів та їх функції.

12. У чому сутність і завдання технопарків і технополісів? Якими є шляхи їх виникнення?

13. Охарактеризуйте завдання різних форм між фірмової науково-технічної кооперації в інноваційних процесах?

ТЕМА 5 ГЛОБАЛЬНІ НАУКОВО-ТЕХНІЧНІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ КОМУНІКАЦІЇ В ІННОВАЦІЙНІЙ СФЕРІ

5.1 Інформаційне суспільство: базові дефініції

5.2 Інформаційна база для управління інноваційним розвитком підприємств. Показники ефективності інформації

5.3 Інформаційні моделі взаємодії інформаційних потоків на етапах ухвалення рішень з вибору напрямків інноваційного розвитку

5.1 Інформаційне суспільство: базові дефініції

Досліджуючи проблеми становлення глобального інформаційного суспільства, насамперед потрібно категоріально-методологічно визначитися з поняттям інформаційного суспільства, його структурою та системою соціальної комунікації.

Під інформаційним суспільством потрібно розуміти сучасне суспільство з високим рівнем розвитку інформаційної культури (створення, переробки та використання інформації), яке характеризується:

– здатністю якісно продукувати всю необхідну для життєдіяльності суспільства інформацію;

– наявністю розвиненої інформаційної інфраструктури суспільства;

– високим рівнем доступності всіх членів суспільства необхідної інформації;

– великою часткою працездатного населення, що працює в інформаційному секторі економіки.

Інформаційне суспільство характеризується визнанням інформації одним з найважливіших суспільних ресурсів, а інформаційний сектор економіки (виробництво, зберігання, обробка, передача і споживання інформації) є одним з найважливіших видів суспільної діяльності, який створює інформаційно-комунікаційну базу для формування глобального інформаційного суспільства та розвитку науково-технічного, соціально-економічного й освітньо-культурного прогресу.

Термін «інформаційне суспільство» виник у 80-х роках ХХ ст. і використовувався представниками різних наук (А. Турен, П. Серван-Шрайбер, М. Понятовський, М. Хоркхаймер, Ю. Хабермас, Н. Луман, М. Мак-Люен, Д. Белл, А. Тоффлер, Д. Масуда) як сутнісна характеристика особливого виду постіндустріального суспільства. В якості основної умови його формування вони вбачали розвиток потужних і високотехнологічних глобальних інформаційних мереж. Наприклад, Д. Белл і А. Тоффлер досліджували стан і тенденції розвитку суспільства під впливом інформації та інформатизації, а також – вплив останніх на процес переходу індустріального суспільства до інформаційного. А М. Мак-Люен прогнозував становлення глобального інформаційного суспільства у вигляді «глобального села», в якому формується глобальна спільнота з глобальною громадською думкою, що завдяки посередництву і підсиленню засобами масової комунікації все більше починає впливати на дії урядів і міжнародних інституцій.

Бурхливий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, зрештою, привів до підписання урядами «великої сімки» – найпотужніших держав світу (G-7) загальних принципів і цілей побудови глобального інформаційного суспільства, відображених в Окінавській хартії (Японія, 2000 р.).

Світове наукове середовище відреагувало на це активною дискусією щодо ідеологічних аспектів становлення інформаційного суспільства як такого, і не тільки в контексті формування «глобального села», а й через призму формування глобального уряду та нав'язуваних країнами “золотого мільярда” своїх ідеологем та цінностей країнам світової периферії.

Кінець ХХ – початок ХХІ ст. ознаменувався бурхливими процесами інформаційно-комунікаційної революції в глобальних, світових масштабах.

Унаслідок цього до традиційних ще в недалекому минулому видів засобів масової комунікації (наземного телебачення та радіомовлення, аудіомовлення, кіно, друкованих мас-медіа) додалися технологічно нові (супутникове, кабельне телебачення, телебачення високої чіткості зображення, мережі мульти-медіа з удосконаленим програмним забезпеченням).

Більше того, останнім часом і засоби міжперсональної комунікації, такі як мобільний телефон, телефакс, стають прозорими для втручання із зовні і вже зараховуються до мас-медіа (після прийняття в США «Телекомунікаційного акта» 1996 р.).

Відповідно до цього створюється принципово нова ситуація не тільки в специфіці соціальної комунікації на рівні мас-медіа – індивід, мас-медіа – група, мас-медіа – суспільство, а й у сфері міжнародних відносин.

Супутниковий, оптико-електронний, факс-модемний зв'язок, комп'ютеризація багатьох сфер життя значно спресували потоки інформації, що дало право філософу Г. Любе говорити про пришвидшення часу і скорочення сучасного.

До того ж запровадження новітніх інформаційно-комунікаційних технологій (далі – ІКТ) дає все більше підстав говорити про формування єдиного світового простору і часу, що стає характерною ознакою глобального інформаційного суспільства.

Організаційною основою сучасного етапу становлення інформаційного суспільства дедалі більше стають **комп'ютерні мультимедіа** – організаційні структури, які поєднують в собі програмно-технологічні та програмно-технічні можливості текстового, звукового, графічного, мультиплікаційного і відеовідтворення інформації.

Запровадження мультимедійних ІКТ привело до створення інформаційних супермагістралей – інтегральних сукупностей глобальних, міжнародних, національних і локальних мереж супутникової, кабельної та наземної комунікації на основі елементів та ресурсів інформаційної інфраструктури.

До елементів інформаційної інфраструктури зараховують: комп'ютери з мультимедіа-додатками, бази даних, у тому числі на флеш-носіях та лазерних дисках, побутову електроніку.

До ресурсів інформаційної інфраструктури належать: інтерактивне програмування, інтерактивне телебачення, відео, ігри, мобільний зв'язок та багато інших сучасних технологій глобальної інформаційної сфери суспільства.

В цьому зв'язку важливим є **поняття інформаційних потоків**, які розглядаються як:

– цілеспрямований рух інформації з усіх сегментів суспільної сфери, який здійснюється усіма наявними інформаційно-комунікативними каналами від джерел до споживачів інформації (широке розуміння). До комунікаційних каналів у даному плані зараховують: мас-медіа, нові інформаційні технології, спортивні, політичні, економічні, культурні, освітні обміни, туризм, міграцію, персональні контакти тощо;

– цілеспрямований рух інформації, яка надходить насамперед медійними (відео- аудіальними і пресовими) і телекомунікаційними (зв'язок, комп'ютерні інформаційні системи та ін.) каналами комунікації (вузьке розуміння).

Цілеспрямований вплив інформаційних потоків сприяє здійсненню змін у природі та ресурсах влади, ідеологемах та цінностях, сприйнятті (індивідуумів, соціальних груп, суспільств), національних та міжнародних системах.

Зокрема, інформаційні потоки впливають:

– на індивідуальному рівні – на судження, культуру, освіту, роботу, відпочинок;

– на інституціональному – на політику, економіку, релігію;

– на груповому (соціальному, етнічному, професійному, віковому та ін.) – на ідентичність, мобілізацію, участь;

– на міждержавному – на співробітництво (конфлікт), ресурси, транснаціональні корпорації тощо.

Сучасний стан розвитку інформаційно-комунікаційних технологій призвів до того, що нині для користування Інтернетом зовсім не обов'язково мати комп'ютер, оскільки можна отримувати інформацію із “світової павутини” через мобільний телефонний зв'язок та систему кабельного чи супутникового телебачення з використанням відносно недорогих телевізійних приставок.

Проте, на думку деяких вчених-антиглобалістів, реальними наслідками розвитку інформаційного суспільства на базі новітніх ІКТ є не стільки створення глобального світу, скільки фіксування елітарного характеру нинішньої глобалізації. У цьому випадку йдеться про те, що Інтернет не тільки стає технологічною основою нового інформаційного суспільства, а й перетворюється на певний бар'єр (мовний, освітній, майновий, технологічний) для вступу до нього країн, що розвиваються.

Глобальна суспільна сфера, що загалом складається, з одного боку, із суспільно-політичної, соціально-економічної та духовно-інтелектуальної сфер глобального суспільства, а з іншого боку, із сукупності національних суспільних сфер з метою забезпечення своєї цілісності і керованості потребує здійснення відповідних заходів із самоорганізації та самоуправління глобального суспільного життя.

У цьому зв'язку політична, економічна та духовна системи глобального суспільства, яке активно формується на базі структур та мереж глобального інформаційного суспільства, повинні динамічно реагувати на зміни внутрішньої й зовнішньої ситуації. Відповідно до цього, у своєму функціонуванні вони постійно залежать від інформації про розвиток, що надходить із зовні, а також від власних структур.

В даному контексті ми повинні розуміти, що соціальні комунікації є своєрідним інформаційно-комунікаційним полем глобального суспільного життя, що має соціальний характер, з'єднує всі компоненти суспільної сфери (політичні, економічні, духовні) та структурує відповідну суспільну (політичну, економічну, духовну) діяльність.

Якість управлінських рішень, передбачення та випередження залежать від інформації, якою володіє як глобальна, так і будь-яка національна суспільна система в цілому. В іншому випадку, вони можуть мати серйозні проблеми через недостовірність або недостатність інформаційних даних.

5.2 Інформаційна база для управління інноваційним розвитком підприємств

Ухвалення раціональних рішень щодо оцінки і вибору варіантів інноваційного розвитку суб'єктів господарської діяльності вимагає наявності відповідної інформаційної бази. Інформаційна база необхідна для того, щоб зменшити ступінь невизначеності і викликаного нею ризику і підвищити обґрунтованість ухвалених рішень. Вона повинна зберігати відомості про особливості функціонування ринкових і регулювальних механізмів,

загальноекономічні, політичні, соціальні, правові, екологічні та інші умови середовища господарювання, сфери виробництва і споживання виробів і послуг, фінансово-кредитну і наукову сфери, дані про фактичних і потенційних споживачів, конкурентів, ділових партнерів і т.д. Причому ці відомості необхідно мати для кожного з передбачуваних напрямків виробничо-збутової діяльності, що ставить ряд проблем, пов'язаних із трудомісткістю збору необхідних даних і високою вартістю одержання інформації.

У загальному випадку інформація, необхідна для ухвалення рішень з управління інноваційним розвитком, може надходити з різних джерел (рис. 5.1):

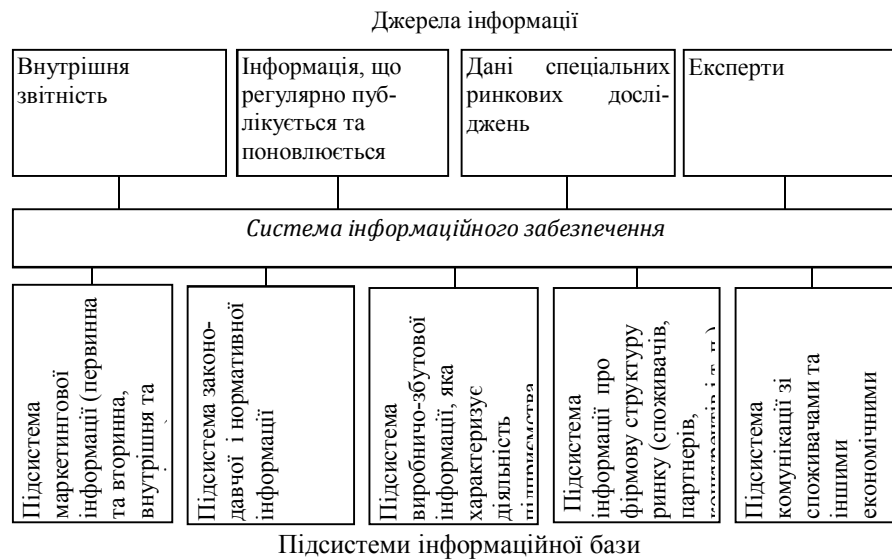


Рисунок 5.1 – Джерела формування і підсистеми інформаційної бази

1. *Внутрішня звітність.* Дозволяє контролювати показники, які відображають обсяги виробництва, суми витрат, обсяги матеріальних запасів, рівень поточного збуту, рух готівки, дані про дебіторську і кредиторську заборгованість і т.п. Джерела інформації знаходяться на самому підприємстві (дані структурних підрозділів підприємства) і є доступними.

2. *Інформація про події, які відбуваються в зовнішньому середовищі, що регулярно публікується і поновлюється.* Джерела інформації: періодичні видання, інформаційні бюлетені; спеціальна технічна, економічна, політична література; законодавчі і нормативні акти, які публікуються в окремих і періодичних виданнях; дані звітності кредитно-фінансових установ; комп'ютерні банки даних колективного користування; інформаційні комп'ютерні мережі (наприклад Internet); працівники збуту, продавці, торгові агенти, дилери; особи, що проводять технічне обслуговування і ремонт продукції; спеціалізовані організації, які займаються постачанням поточної інформації, наприклад, інформаційні центри при великих бібліотеках та НДІ і т. п.

3. *Спеціально організовані маркетингові, соціологічні та інші дослідження ринкового середовища.* Ці дослідження дозволяють накопичувати і систематизувати інформацію, отриману безпосередньо на території збуту в

безпосередньому контакті зі споживачами, торговими і збутовими посередниками.

4. *Експерти*, якими можуть бути як фахівці і керівники суб'єктів господарювання, так і запрошені особи, а також споживачі. У будь-якому випадку експертами є фахівці в конкретних галузях діяльності. Можливе також використання комп'ютерних інтелектуальних інформаційних систем - експертних систем.

Система інформаційного забезпечення інноваційного розвитку

Система інформаційного забезпечення організаційно-економічного механізму управління процесами інноваційного розвитку суб'єктів господарської діяльності в умовах нестабільного ринкового середовища перехідної економіки містить ряд підсистем (рис. 5.1), які вирішують свої специфічні завдання, мають свої методи збору й обробки інформації, що знаходиться відображення в їх функціонально-структурній побудові.

Незалежно від джерела інформації рекомендується така послідовність дій щодо формування системи інформаційного забезпечення для оцінки проектів інноваційного розвитку суб'єктів господарювання:

1. Виділити стадії процесу обґрунтування, кожен з них поділити на етапи.
2. Для кожного з виділених етапів сформулювати цілі, виділити комплекс завдань, вирішення яких веде до досягнення поставлених цілей.
3. Визначити критерії, за якими буде оцінена ефективність проведення робіт кожного етапу.
4. Для кожного з етапів виділити види інформації, необхідної для вирішення поставлених завдань (відомості про споживачів, конкурентів, торговельних і збутових посередників, дані про загальноекономічні умови господарювання, відомості про правові аспекти конкретних видів діяльності і т. п.).
5. Визначити джерела інформації і методи її збору, установити їх кількісні та якісні характеристики. Наприклад, для збору інформації методом опитування – категорії опитуваних, їхню кількість, територію опитування, час опитування, періодичність опитування і т.п. ; для аналізу друкованих джерел – назви видань, глибину огляду (кількість років, за які буде зібрана інформація), обсяг одного джерела і періодичність видання, кількість джерел і т. п.
6. Визначити час, терміни і періодичність збору інформації і встановити, хто буде здійснювати її збір, обробку й аналіз і якими методами.
7. Розрахувати витрати на збір, збереження, обробку й аналіз інформації.
8. Визначити джерела й умови фінансування процесу формування інформаційної бази.
9. Зібрати інформацію.
10. Виконати аналіз зібраної інформації.
11. Подати отримані результати.

Відповідно інформаційна система організаційно-економічного механізму управління процесами інноваційного розвитку суб'єктів господарської діяльності повинна містити функціональні підсистеми, зображені

на рисунку 5.2.



Рисунок 5.2 – Функціональна структура інформаційної системи

Підбиваючи підсумки викладеному вище, можна зробити висновок, що інформаційне забезпечення організаційно-економічного механізму управління процесами інноваційного розвитку суб'єктів господарської діяльності в нестабільному ринковому середовищі повинне допомагати встановлювати природу вирішуваних проблем і знаходити їх ефективні рішення, забезпечуючи безперервне одержання і багатокритеріальний аналіз інформації про зовнішнє і внутрішнє середовище суб'єкта господарювання.

Показники ефективності інформації

Основними вимогами до якості інформації повинні бути:

- 1) точність;
- 2) своєчасність;
- 3) повнота;
- 4) комплексність системи інформації;
- 5) адресність;
- 6) правова коректність;
- 7) висока швидкість збору, обробки і передачі;
- 8) актуальність.

В якості показників визначення якісних характеристик ефективності інформації для управління процесами інноваційного розвитку можуть бути використані такі коефіцієнти:

– коефіцієнт повноти інформації (K_n) – розраховується як відношення обсягу інформації, яка є в розпорядженні особи, що ухвалює рішення (K_3), та обсягу інформації, необхідної для ухвалення обґрунтованого рішення ($K_{зр}$):

$$K_n = \frac{K_3}{K_{зр}} \quad (5.1)$$

– коефіцієнт суперечності інформації (K_c) – розраховується як відношення кількості незалежних свідочств на користь ухвалення рішення ($K_{нс}$) до загальної кількості незалежних свідочств у сумарному обсязі релевантної інформації ($K_{нср}$):

$$K_c = \frac{K_{нс}}{K_{нср}} \quad (5.2)$$

- коефіцієнт точності інформації (K_m) – розраховується як відношення обсягу релевантної інформації (K_p) до загального обсягу інформації, яка є в розпорядженні особи, що ухвалює рішення (K_3):

$$K_m = \frac{K_p}{K_3} \quad (5.3)$$

- коефіцієнт своєчасності надходження інформації ($K_{св}$) – розраховується як відношення кількості незалежних свідочств при збігу в часі надходження інформації і ухвалення рішення ($K_{нсч}$) до загальної кількості незалежних свідочств про надходження інформації у сумарному обсязі релевантної інформації ($K_{нср}$):

$$K_{св} = \frac{K_{нсч}}{K_{нср}} \quad (5.4)$$

Крім оцінки ефективності інформації, необхідно визначити кількість дійсно необхідної інформації ($K_{зр}$), а також граничну (допустиму) вартість інформації ($BI_{зр}$), тобто максимальну суму, яку можна за неї заплатити. Для цього необхідно порівняти очікувані граничні вигоди ($ГВ$) з очікуваними витратами ($ОВ$) на її отримання.

Якщо граничні вигоди від купівлі інформації перевищують очікувані витрати ($ГВ > ОВ$), то таку інформацію можна придбати, а якщо ж навпаки ($ГВ < ОВ$), то від придбання такої інформації слід відмовитись, оскільки очікуване значення результату в умовах невизначеності перевищить значення в умовах визначеності, тобто навіть при абсолютно точному прогнозі зменшить величину результату.

Гранична вартість повної інформації розраховується за формулою:

$$BI_{зр} = P_i - P_n, \quad (5.5)$$

де $BI_{зр}$ – гранична вартість повної інформації, грн;

P_i – очікуваний результат в умовах повної інформованості, грн;

P_n – очікуваний результат в умовах неповної інформованості, грн.

Якщо вартість інформації буде перебільшувати граничну ($BI > BI_{зр}$), то таку інформацію купувати не варто, бо її придбання зменшить величину результату, а якщо ($BI \leq BI_{зр}$), то таку інформацію слід придбати.

Не менш важливою є необхідність збору (придбання) інформації, яка буде містити дійсно необхідні відомості. Для цього визначають ефективність пошуку інформації за допомогою показників повноти ($\Pi_{нв}$) і похибки пошуку ($\Pi_{нх}$):

$$\Pi_{нв} = \frac{K_p}{K_{рм}}, \quad (5.6)$$

$$\Pi_{нх} = 1 - \frac{K_p}{K_3}, \quad (5.7)$$

де K_p – обсяг виданої релевантної інформації;

K_{pm} – обсяг релевантної інформації в інформаційному масиві;

K_z – загальний обсяг інформації, яка є в розпорядженні особи, що ухвалює рішення.

Обсяг інформації може розраховуватися кількістю документів або ж у стандартних одиницях, взятих для вимірювання кількості інформації: байт, Кбайт, Мбайт тощо.

Ефективність пошуку інформації перебуває у прямо пропорційній залежності з повнотою пошуку і обернено пропорційній – з похибкою пошуку, тобто ефективність пошуку зростає зі збільшенням показника повноти і зменшенням показника похибки. Однак збільшення повноти пошуку, а відповідно і його ефективності призводить до зростання вартості інформації, тому необхідно знайти значення повноти пошуку, яке б задовольняло особу, що ухвалює рішення, і витрати на його досягнення не повинні перевищувати граничну вартість інформації.

Накопичення інформації є доцільним до того часу, доки витрати на її одержання не перевищують очікувані вигоди від володіння нею.

5.3 Інформаційні моделі взаємодії інформаційних потоків на етапах ухвалення рішень з вибору напрямків інноваційного розвитку

Проблема вибору напрямків інноваційного розвитку (ВНІР), що здійснюється конкретним суб'єктом господарської діяльності, вимагає наявності максимально повного обсягу релевантної інформації (сукупності теоретичних знань, відомостей, у тому числі практичних навичок, що постійно поновлюються), що формує інформаційну систему (базу). Її функції щодо збору, збереження, накопичення, обробки, аналізу і систематизації здійснюється з метою:

- ухвалення економічно обґрунтованих і всебічно зважених рішень;
- зменшення ступеня невизначеності та ризику;
- ефективного використання ресурсів;
- найбільш повної реалізації інтересів і намірів.

Інформаційна база для ВНІР повинна містити різні види знань і відомостей:

- зовнішню інформацію (надходить на підприємство із зовнішнього середовища), яка містить дані ринкових досліджень і подій у зовнішньому середовищі щодо ставлення фактичних і потенційних споживачів, дій конкурентів, ділових партнерів, стану розвитку галузі, інформацію про загальноекономічні, політичні, соціальні, правові та ін. умови господарювання;
- внутрішню інформацію (формується у межах підприємства на основі даних структурних підрозділів) щодо організаційного, виробничого, кадрового, технологічного, інвестиційного, інноваційного потенціалу, стану і можливостей збутової системи, фінансового становища, конкурентоспроможності як продукції, так і підприємства в цілому та ін.

Алгоритм вибору напрямків інноваційного розвитку підприємств

Вибір напрямків інноваційного розвитку пов'язаний зі збором, аналізом і обробкою значного обсягу інформації. Тому з метою подальшого формування інформаційного забезпечення кожного етапу і полегшення опрацювання інформації на рисунку 5.3 подано алгоритм вибору напрямків інноваційного розвитку підприємств.

Інформаційне забезпечення кожного з етапів вибору напрямків інноваційного розвитку підприємства поєднує такі елементи: етапи – види інформації – джерела її надходження – методи збору і аналізу інформації – суб'єкти збору і аналізу інформації – витрати на збір і точність інформації – форма реалізації інформації при ухваленні рішень.

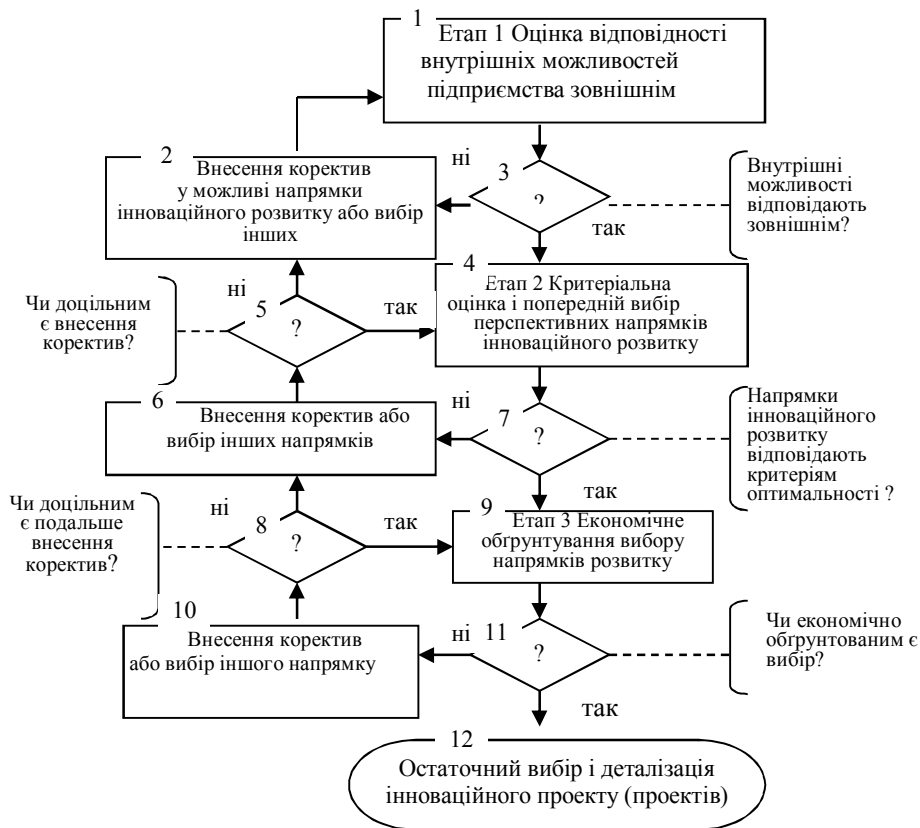


Рисунок 5.3 – Блок-схема алгоритму вибору напрямків інноваційного розвитку підприємств

Отже, інформаційне забезпечення інновацій також може розглядатися як сукупність законних, своєчасних, ефективних, цілеспрямованих і захищених процесів збирання, сприйняття, зберігання, переробки, передання, надання, отримання і використання релевантної інформації для розв'язання завдань правового регулювання інноваційної діяльності. Нині всі інноваційні перспективи пов'язуються із застосуванням інформаційних технологій, комп'ютеризацією, автоматизацією, інформатизацією та впровадженням високотехнологічних інформаційних систем і мереж. Прогрес у сфері ІТ стає чинником формування інфосередовища нового рівня, що забезпечує

інтегрованість, інтерактивність, гнучкість та інтелектуалізацію новітньої технології, самого середовища та інноваційної діяльності людей.

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ

1. Розкрийте сутність поняття інформаційного суспільства.
2. Для чого необхідна інформаційна база?
3. Які існують джерела інформації?
4. Які слід здійснити дії щодо формування системи інформаційного забезпечення для оцінки проектів інноваційного розвитку суб'єктів господарювання?
5. Які використовують коефіцієнти для визначення якісних характеристик інформації?
6. Опишіть алгоритм вибору напрямків інноваційного розвитку підприємств?

ТЕМА 6 ІНФРАСТРУКТУРА РИНКУ ІННОВАЦІЙ

У науковій літературі існують різні підходи до розуміння сутності інфраструктури ринку інновацій. Поширеним є підхід, згідно з яким інфраструктурне формування визначається як одне із організаційних форм, що забезпечує поширення нововведень.

Відповідно до іншого підходу, до інфраструктури ринку інновацій включають організації, фірми, об'єднання, які охоплюють весь цикл здійснення інноваційної діяльності, починаючи з генерації нових науково-технічних ідей та їх обробки і закінчуючи випуском та реалізацією інноваційної продукції. При цьому П. Н. Завялін та А. К. Казанцева до складових інноваційної інфраструктури відносять інноваційні центри, інкубатори, технопарки, технополіси, консалтингові, навчальні фірми та інвесторів. Всі організаційні форми ринку інновацій можуть бути прямо пов'язані з інноваційним процесом, тобто є невід'ємною його частиною, або ж непрямо, тобто пов'язані тільки із забезпеченням здійснення даного процесу.

Ринок інновацій як складова частина системи економічних відносин поряд з особливостями, що визначаються специфічними властивостями товару, зберігає основні положення ринку і підпорядковується загальним законам. М. О. Макоров пропонує наступне визначення **ринку інновацій** – це система економічних відносин між споживачами інноваційної продукції (інноваційних послуг) і суб'єктами пропозицій (власниками інноваційної продукції, інформаційно-консультаційних послуг) з приводу їх виробництва, придбання та їх використання.

Ринок інновацій має виконувати п'ять основних функцій (рис. 6.1):

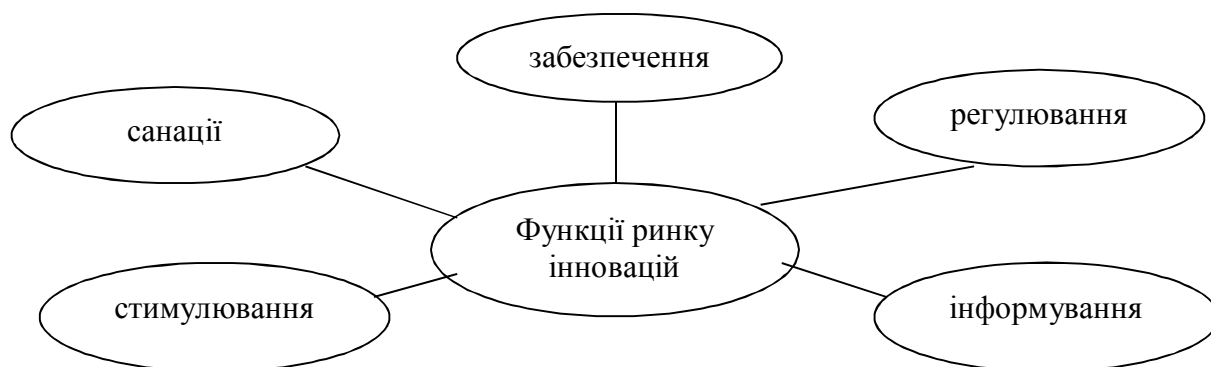


Рисунок 6.1 – Основні функції ринку інновацій

- забезпечення – задовольняє потреби споживачів у реалізації чи придбанні інноваційної продукції;
- регулювання – оптимально формує попит і пропозицію на науково-технічну продукцію й інноваційні послуги, що забезпечує їхній раціональний розподіл між суб'єктами інноваційної діяльності та встановлює рівень цін на них;
- інформування – є посередником при розповсюдженні інформації між учасниками інноваційного процесу;
- стимулювання – сприяє створенню конкурентоспроможного інноваційного продукту, розширенню переліку інноваційних послуг і способів їх здійснення;
- санації – звільняє ринок від неконкурентоспроможних учасників.

Як система ринок інновацій має свою організаційну структуру й механізм функціонування. В організаційному плані ринок інновацій розвивається за трьома основними напрямками: ринок наукових кадрів, ринок науково-технічної інформації та наукової продукції (рис. 6.2).



Рисунок 6.2 – Основні напрямки ринку інновацій в організаційному плані

Ринок наукових кадрів – це система навчальних, економічних, соціальних, правових та інформаційних сфер, відносин і взаємозв'язків, направлена на підготовку, підбір та забезпечення кадрами наукових, науково-виробничих і впроваджувальних структур.

Ринок наукових кадрів існував і в дореформений період, існує й дотепер та має великий досвід. Система розподілу молодих учених, спеціалістів у наукові заклади після закінчення навчання, що функціонувала раніше, дала змогу сформувати нині існуючу аграрну науку. Проте систему розподілу тепер застосовують менш продуктивно, але її здійснюють у різних формах, у тому числі й через цільову аспірантуру, конкурс заміщення наукових посад, розміщення пропозицій у різноманітних інформаційних джерелах.

Ринок науково-технічної інформації – це тип економічних взаємозв'язків і відносин між виробниками та споживачами з приводу виробництва, придбання і використання інформації.

Науково-технічна інформація розповсюджується за допомогою телекомунікацій і звичайним шляхом через пошту, телефонний або факсимільний зв'язок, консультаційну, бібліотечну, освітню, видавничу, рекламну та іншу діяльність.

В сучасних ринкових умовах відбувається становлення нових відносин на ринку науково-технічної інформації, починають функціонувати нові учасники – інформаційні центри, дилерські фірми, різноманітні спеціалізовані консалтингові та інформаційні організації, видання, організатори виставок, семінарів, науково-практичних конференцій. Ринок науково-технічної інформації (інформаційно-консультаційних послуг) ще не сформований і за рівнем насиченості його можна віднести до категорії дефіцитних ринків.

Ринок наукової продукції – це система відносин виробників та споживачів науково-технічної продукції. Будучи товаром, науково-технічна продукція стає стрижнем ринкових відносин при взаємодії науки й виробництва.

Класифікацію інноваційної інфраструктури О. А. Шуст пропонує розглядати як систему, що складається із сукупності таких взаємопов'язаних підсистем:

- інформаційно-консультаційного забезпечення;
- фінансового забезпечення;
- науково-технічної експертизи;
- виробничо-технологічної підтримки;
- страхування фінансових ризиків інноваційних проектів;
- зв'язку та телекомунікацій;
- сертифікації та ліцензування;
- маркетингу;
- рекламної та виставкової діяльності;
- патентування та захисту інтелектуальної власності;
- підготовки та перепідготовки кадрів.

У свою чергу, організації, які здійснюють виконання зазначених функцій, у нинішніх умовах можуть бути представлені такими складовими:

- інформаційно-консультаційною службою АПК;
- інвестиційними та інноваційними фондами;
- інвестиційними банками та бізнес-інкубаторами;
- колегіями та науково-технічними радами Міністерства аграрної політики та органів управління АПК у регіонах;

- страховими компаніями;
- Інтернет та електронною поштою;
- виставками та ярмарками;
- системою навчально-освітніх закладів перепідготовки та підвищення кваліфікації.

Одним із напрямів активізації інноваційної діяльності суб'єктів господарювання є формування інноваційних центрів, оскільки в кризових умовах та через обмеженість державного бюджету щодо стимулювання процесів створення та розвитку інноваційних центрів є дещо проблематичним. Інноваційні центри повинні стати інтегруючою ланкою виробництва та науково-дослідних установ, без чого нині не можна забезпечити конкурентоспроможності вітчизняних аграрних підприємств.

Ринок інноваційної продукції та інноваційних послуг, як і будь-який інший ринок, є системою, що саморегулюється. Однак інноваційна діяльність не може відбуватися в некерованому режимі й держава повинна впливати на даний процес та регулювати його (рис. 6.3).

Здійснення зазначених заходів сприятиме розвитку ринку інновацій та економічному зростанню країни.



Рисунок 6.3 – Державне регулювання розвитку ринку інновацій

У нинішніх умовах економіки необхідно забезпечити ефективний взаємозв'язок науково-технічного потенціалу науково-навчальних установ, інноваційних структур і безпосередньо товаровиробників, що функціонують відокремлено. Складові інноваційної інфраструктури повинні тісно взаємодіяти із товаровиробниками з метою отримання зворотного зв'язку науки і

виробництва, стимулюючи наукові установи здійснювати інноваційні розробки з високою практичною значимістю.

Проходження науково-технічної продукції від виробника до споживача – складний, багатоваріантний шлях, в якому задіяна велика кількість учасників, застосовуються різні методи та форми взаємодії. Процес вимагає наявності часу, коштів й інших ресурсів.

Отже, для підвищення ефективності та подальшого розвитку реалізації інноваційних процесів у будь-якій сфері необхідними є доступність і достовірність інформації; достатність фінансових ресурсів, в тому числі венчурний капітал; якісна та об'єктивна науково-технічна експертиза; захист об'єктів інтелектуальної власності; поширення інформації та досвіду ефекту нововведень; організація навчання та консультивання кадрів, а також вирішення цілої низки інших питань.

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ

1. Розкрийте сутність поняття «інфраструктура ринку інновацій». З чого складається ринок інновацій?
2. Назвіть основні функції ринку інновацій.

ТЕМА 7 ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

7.1 Механізм державної підтримки підприємницької діяльності

7.2 Державна підтримка інновацій

7.3 Інструменти державної підтримки інноваційної діяльності в Україні

7.1 Механізм державної підтримки підприємницької діяльності

У сучасній ринковій економіці підприємництво розглядають як особливий вид економічної діяльності, що завжди супроводжується науково-технічною, організаційною та комерційно-економічною творчістю, вирізняється новими підходами до вирішення господарських завдань.

Чинне законодавство визначає **підприємництво** як самостійну, систематичну, на власний ризик діяльність з виробництва продукції, виконання робіт, надання послуг із метою отримання прибутку, яка здійснюється фізичними та юридичними особами, зареєстрованими як суб'єкти підприємницької діяльності у порядку, встановленому законодавством.

Важливою передумовою успішного розвитку підприємництва в Україні має стати створення ефективного механізму державного регулювання підприємництва. Необхідність державного регулювання підприємницької діяльності в умовах трансформації суспільства зумовлена: важливістю формування ринкової економіки підприємницького типу; значенням становлення вітчизняного підприємництва для розвитку національної

економіки та інших сфер суспільного життя країни; постійним порушенням рівноваги між сукупним попитом і сукупною пропозицією; ускладненням відтворювальних процесів; неспроможністю підприємницьких структур протистояти дисфункціям ринку.

Державне регулювання підприємництва забезпечує реалізацію конкурентної політики держави, що визначає основні принципи, напрями і форми економічного й адміністративно-правового впливу, які розробляє уряд у сфері малого і середнього бізнесу. Воно включає такі **складові**: 1) формування правової бази функціонування підприємницького сектору та вироблення важелів адміністративного регулювання діяльності підприємницьких структур з урахуванням специфіки їх розвитку в окремих галузях і сферах національної економіки; 2) регулювання інституційних змін в економіці, які є факторами формування підприємницького середовища; 3) створення системи підтримки та стимулювання підприємницької діяльності; 4) залучення суб'єктів підприємницької діяльності до виконання науково-технічних та соціально-економічних програм, здійснення поставок продукції (робіт, послуг) для задоволення державних та регіональних потреб.

Правову базу розвитку підприємництва в Україні утворюють законодавчі та інші нормативно-правові акти, відповідні норми адміністративного, кредитно-фінансового, трудового, цивільного та інших галузей чинного законодавства, основними з яких є закони України «Про підприємництво», «Про власність», «Про господарські товариства», Господарський та Цивільний кодекси.

Адміністративне регулювання підприємництва базується на використанні таких засобів, як державна реєстрація суб'єктів підприємницької діяльності, ліцензування, сертифікація та стандартизація, дозволи, квоти, заборони.

Умовою набуття права на здійснення підприємницької діяльності є одержання підприємством акта державної реєстрації, інакше така діяльність визнається незаконною.

Відповідно до чинного законодавства України деякі види підприємницької діяльності підлягають обов'язковому ліцензуванню. Залежно від виду діяльності чинним законодавством передбачено три процедури отримання ліцензій: за заявницьким принципом, за дозвільним принципом, за конкурсом. *За заявницьким принципом* ліцензії надають на здійснення тих видів діяльності, які не пов'язані з небезпекою та необхідністю володіння спеціальними навиками. *Згідно з дозвільним принципом*, який поширюється на більшість видів господарської діяльності, підприємство може отримати ліцензію за умови подання документів, які підтверджують його спроможність провадити певний вид господарської діяльності відповідно до вимог ліцензійних умов. *На конкурсних засадах* видають ліцензії на ті види господарської діяльності, які пов'язані з використанням обмежених ресурсів, за умови, що до органу реєстрації надійшло кілька заяв. Перелік видів господарської діяльності, які підлягають ліцензуванню, визначено Законом України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності».

Сертифікацію та стандартизацію як засоби адміністративного регулювання використовують для забезпечення захисту національного споживача й товаровиробника від неякісної продукції. Обов'язковій сертифікації підлягають як імпорتنі, так і вітчизняні товари.

До основних інституційних змін в економіці, які є факторами формування підприємницького середовища і здатні забезпечити оптимальне співвідношення між державним регулюванням і ринковим саморегулюванням належать: реалізація політики роздержавлення і приватизації; конкурентна політика; впровадження інституту банкрутства, санація підприємств.

Важливим формотворчим фактором становлення підприємницького середовища є конкурентна (антимонопольна) політика держави, спрямована на запобігання монопольній діяльності, на її обмеження та припинення, на розвиток цивілізованої конкуренції. Основу конкурентної політики держави становить антимонопольне законодавство, представлене законами України «Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності», «Про захист економічної конкуренції». Метою антимонопольного регулювання з боку держави є захист інтересів споживачів і суспільства в цілому від негативних наслідків монопольної діяльності конкретних суб'єктів господарювання. Як засоби антимонопольного регулювання використовують: обмеження на встановлення вищого рівня цін і тарифів, запровадження граничних нормативів рентабельності; декларування зміни цін; установлення стандартів і показників якості для товарів і послуг; регулювання місткості ринку; використання державних замовлень і контрактів; розподіл ринків; тарифне регулювання імпорту та експорту товарів.

Формотворчим фактором, що сприяє формуванню підприємницького середовища в Україні, є інститут банкрутства – загальний інструмент підприємницької політики, що виявляє неефективну діяльність підприємницьких структур, їхню неспроможність розраховуватися з державою та кредиторами, гарантуючи захист інтересів останніх і розробляючи заходи для запобігання банкрутству.

Санація (від лат. *sanatio* – оздоровлення, лікування) – це система заходів, спрямованих на запобігання банкрутству підприємств і бізнес-структур. Умовами санації можуть бути: випуск нових акцій або облігацій для залучення грошового капіталу; збільшення банківських кредитів і надання урядових субсидій; зменшення відсоткових витрат на облігації, випущені підприємством, та відстрочення їх погашення; реструктуризація короткострокової заборгованості в довгострокову; ліквідація нерентабельного підприємства і створення на його базі нового; зміна форми власності підприємства; структурна перебудова виробництва, у тому числі можливість переходу на випуск більш рентабельної продукції, поділ, злиття або створення дочірніх підприємств; зміна ринків збуту; зміна сировинної бази; інші заходи, спрямовані на оздоровлення фінансового неспроможного підприємства. Основна мета інституту банкрутства – не ліквідація підприємства, а задоволення вимог кредиторів і держави. Тому банкрутство є дієвим засобом державного регулювання, за допомогою якого вирішуються проблеми економічних

відносин між різними суб'єктами ринку, формується система захисту державою інтересів кожного та створюється підприємницьке середовище на цивілізованих засадах.

Важливою складовою механізму державного регулювання підприємництва має стати система його підтримки і стимулювання. Комплексний підхід до вирішення цієї проблеми можна забезпечити на основі розроблення державної та регіональних програм підтримки підприємництва, які б передбачали всі аспекти сприяння його розвитку.

Основні елементи системи підтримки та стимулювання підприємницької діяльності такі.

Фінансова підтримка. За економічним призначенням фінансові важелі, що використовуються в межах державної підприємницької політики, можна поділити на дві групи: перша – засоби податкового регулювання та сприяння самоінвестуванню підприємництва; друга – фінансово-інвестиційні методи державного впливу на підприємництво.

Формування ефективної системи оподаткування, адекватної вимогам розвитку підприємництва, має передбачати: встановлення критеріїв для граничної межі оподаткування; скорочення кількості податків за рахунок тих, що не мають вирішального значення для бюджету; запровадження податкових пільг для вирішення державних і регіональних соціальних проблем.

До засобів податкового сприяння підприємництву належать: знижки податкових ставок або повне звільнення від сплати податків для підприємств, діяльність яких відповідає цілям державного регулювання; знижки податкових ставок на прибуток, спрямований на капіталовкладення, наукові дослідження та впровадження їх у виробництво, створення нових робочих місць, охорону навколишнього середовища та ін.; знижки податкових ставок на прибуток, що спрямовується на підготовку кадрів для підприємницької сфери; податкові пільги іншого характеру.

Основними формами та методами державної фінансово-інвестиційної підтримки розвитку підприємництва є: застосування дотацій, субсидій, субвенцій; державні та місцеві замовлення; надання позик і гарантій державними та регіональними органами; фінансова підтримка загальнодержавних фондів і регіональних фінансових інститутів; сприяння розвитку підприємництва.

При виділенні фінансової підтримки перевага надається: суб'єктам господарювання, які працюють у пріоритетних напрямках економіки, зайняті випуском експортної або імпортозамінної продукції; агропромисловим утворенням нового типу; інноваційним підприємствам і підприємствам, які створюють нові робочі місця.

Особливе місце серед фінансових важелів посідає державне кредитування підприємництва, що має цільовий та пільговий характер. Державний кредит надається на конкретні цілі, визначені в державних економічних програмах, і є значно вигіднішим для підприємницьких структур і за величиною відсоткової ставки, і за вимогами щодо забезпечення кредитів, і за строками та порядком їх повернення.

Формою підтримки підприємництва з боку держави також є надання гарантій. Державні органи стають гарантами приватних фірм для отримання ними кредитів у комерційних банків.

Матеріально-технічна підтримка може здійснюватись державою через: 1) спрямування частини засобів, отриманих від приватизації державного майна, на розвиток матеріально-технічної бази підприємництва; 2) розроблення та впровадження механізму передачі виробничим підприємствам малого бізнесу площ і виробничих потужностей, у тому числі тих, які звільняються в процесі ліквідації, реорганізації та банкрутства; 3) використання виробничого потенціалу підприємств ВПК на умовах лізингу, що даватиме змогу підприємницьким структурам звести до мінімуму витрати на придбання основних фондів, а можливість внесення частки майна підприємств ВПК у їхній установчий капітал або передача його в господарське управління підприємницьких структур підвищить їхню заставну спроможність і стійкість; 4) сприяння процесу формування розвинутого ринку нерухомості.

Науково-технічна (інноваційна) підтримка зорієнтована на малі підприємства, оскільки вони, як свідчить зарубіжний досвід, є найбільш гнучкими та сприйнятливими для впровадження науково-технічних досягнень. Основними формами державного сприяння технічному оновленню підприємництва є: 1) надання допомоги в проведенні досліджень і впровадженні інновацій; 2) сприяння інтенсифікації процесів передання технологій; 3) залучення суб'єктів малого підприємництва до участі в реалізації науково-технічних програм; 4) надання консультативних послуг, зокрема щодо пошуку необхідних технологій або їх розробників, а також проведення науково-технічної експертизи об'єктів інтелектуальної власності на пільгових умовах; 5) визначення порядку передання малому підприємству «ноу-хау» та обладнання, розроблених раніше для силових міністерств; 6) створення мережі технопарків, технополісів, бізнес-інкубаторів, виробничо-технологічних центрів тощо; 7) стимулювання інноваційної діяльності малих підприємств і забезпечення їх інформацією про нову техніку та технології; 8) стимулювання венчурного бізнесу, франчайзингових відносин між підприємцями та ін., що спонукатиме до зміцнення інноваційного характеру підприємницького сектору взагалі та малого бізнесу зокрема.

Важливими напрямками підтримки підприємництва є **сприяння розвитку ринкової інфраструктури підтримки підприємництва** а саме: фінансово-кредитної; організаційно-технічної; інформаційно-аналітичної, а також сприяння в кадровому і науково-методичному забезпеченні підприємництва.

На сучасному етапі одним з напрямів створення сприятливого підприємницького середовища в Україні є проведення регуляторної реформи, пов'язаної з необхідністю послаблення надмірного державного регулювання підприємництва. *Регуляторна реформа* є інструментом впровадження державної регуляторної політики, яку на національному рівні здійснює Державний комітет України з питань регуляторної політики та підприємництва. *Державна регуляторна політика* – це постійний і послідовний курс органів

виконавчої влади та місцевого самоврядування на впровадження оптимального державного управління в економічній та соціальній сферах, на зменшення їх втручання у діяльність суб'єктів підприємництва, усунення правових, адміністративних, економічних та організаційних перешкод у розвитку господарської діяльності.

7.2 Державна підтримка інновацій

Державною підтримкою інноваційного розвитку підприємств є податкова, амортизаційна, кредитна, митна політика. Особливо помітну роль відіграє податкова політика. Встановлення пільгового оподаткування на розвиток НТП є однією із форм непрямого фінансування сфери науки. В умовах ринкової економіки державний вплив на розвиток науки і техніки здійснюється:

- а) державним фінансуванням наукових досліджень, розробок і інноваційного процесу в цілому;
- б) проведенням податкової політики, що стимулює НТП;
- в) за допомогою фінансово-кредитної політики.

У податковому законодавстві України існують пільги, пов'язані з проведенням наукових досліджень, розробкою й освоєнням нових прогресивних технологій і видів продукції. Однак, варто взагалі виключити асигнування на НДДКР при обчисленні розміру оподаткованого доходу. Це ж стосується й устаткування, переданого вузам на дослідницькі цілі. Доцільно ввести «кредитний податок», при використанні якого загальна податкова база замінюється в залежності від річного збільшення витрат на НДДКР.

При використанні податкових стимулів скорочення бюджетних доходів може перевищувати збільшення вкладень в інноваційний розвиток. Крім того, використання пільгового податкового режиму ускладнює систему оподаткування.

Найчастіше шляхом запровадження податкових стимулів державою підтримуються такі види інноваційної діяльності:

- проведення досліджень та розробок;
- придбання обладнання, призначеного винятково для проведення досліджень та розробок;
- трансфер технологій – придбання патентних та безпатентних ліцензій, прав на об'єкти інтелектуальної власності, результатів досліджень та розробок, послуг технологічного характеру;
- виробниче проектування;
- навчання працівників;
- укладання підприємствами контрактів із дослідниками;
- співробітництво підприємств із дослідними організаціями (університетами);
- придбання програмного забезпечення;
- створення нових інноваційних підприємств.

Згідно із Законом України «Про наукову і науково-технічну діяльність», основним засобом державної підтримки даної сфери мають бути:

- національна державна та міжнародна науково-технічна програма;

- державне замовлення у науково-технічній сфері;
- державна науково-технічна експертиза;
- бюджетне фінансування в науково-технічній діяльності;
- патентно-ліцензійна діяльність;
- сертифікація продукції в науково-технічній сфері;
- формування науково-технічних кадрів;
- створення системи науково-технічної інформації.

У країнах Європи використовують такі податкові пільги:

- екстраконцесії (extra tax allowance) – особливі пільги, що дають змогу фірмам фінансувати із своєї податкової бази понад 100% інноваційних витрат;
- податковий кредит (tax credit) – це така пільга, що дає можливість фірмам фінансувати певний відсоток своїх інноваційних витрат з податкових зобов'язань.

Існує дві схеми застосування податкового кредиту:

1. Фірма має право зменшувати нарахований податок на прибуток пропорційно розміру витрат на інноваційну діяльність. Так, при встановленій законом знижці, наприклад, у 30%, компанія дістає можливість зменшити загальну суму податкових зобов'язань на 30 євро із кожних 100 євро, витрачених на конкретний вид інноваційної діяльності. Перевагою податкового кредиту за такою схемою є легкість його застосування як податковими органами, так і суб'єктами інноваційної діяльності. Водночас недоліком є відсутність з боку компаній будь-яких гарантій того, що вони реінвестують кошти, котрі додатково з'явилися внаслідок застосування податкового кредиту, у інноваційну діяльність.

2. Нарахований податок на прибуток зменшується, виходячи із досягнутого компанією збільшення витрат на окремий вид інноваційної діяльності, порівняно з рівнем базового року або середнім рівнем за певний період. У такому разі при ставці знижки у розмірі 30% сума податкових платежів компанії буде зменшена на 30 євро з кожними 100 євро приросту витрат на окремий вид інноваційної діяльності в поточному році. Перевагою застосування такої схеми податкового кредиту є надання ще більших пільг тим компаніям, інноваційна активність яких зростає.

У деяких країнах одночасно застосовуються обидві схеми. Існує також і практика встановлення ліміту розміру списання податків за знижками на інноваційну діяльність.

В Україні Законом «Про інноваційну діяльність» встановлено особливості в оподаткуванні інноваційної діяльності, зокрема, передбачено, що 50% суми податку на прибуток, одержаного від виконання інноваційних проектів, залишається у розпорядженні підприємств. Ці кошти зараховуються на їхні спеціальні рахунки з подальшим використанням лише для фінансування інноваційної, науково-технологічної діяльності й розширення власних науково-технологічних і дослідно-експериментальних баз.

Поряд із розглянутою вище пільгою зі сплати податку на прибуток передбачені й пільги зі сплати ПДВ, земельного податку, особливий (пільговий) режим митного регулювання, а також державна фінансова

підтримка суб'єктів інноваційної діяльності (пільгове кредитування, майнове страхування, надання державних гарантій та компенсація комерційним банкам відсотків, частково сплачуваних суб'єктами інноваційної діяльності за отриманими кредитами).

Слід зазначити, що застосування фінансових методів державного стимулювання інноваційної діяльності, зокрема, пільг зі сплати податків є необхідною, але недостатньою умовою. Без застосування поряд із ними інших заходів державного впливу, наприклад: створення системи інформаційного забезпечення учасників інноваційної діяльності; створення сприятливих умов для розвитку інноваційних структур, що забезпечуватимуть комерціалізацію результатів НДДКР (венчурних фондів, технологічних парків, бізнес-інкубаторів, промислово-фінансових груп, інжинірингових центрів); забезпечення трансферу технологій з державного сектора до приватного; надання державою консультаційних послуг суб'єктам інноваційної діяльності.

Додаткове джерело коштів на інноваційний розвиток підприємства одержують при проведенні державою політики прискореної амортизації фондів. Існують дві основні моделі прискореної амортизації: зниження терміну перенесення вартості устаткування, а також встановлення підвищених норм амортизаційних відрахувань у перші роки його експлуатації і знижених – у наступні. В умовах високої інфляції необхідна також систематична переоцінка вартості основних фондів із тим, щоб уникнути знецінювання і втрати стимулюючих функцій амортизаційних відрахувань.

7.3 Інструменти державної підтримки інноваційної діяльності в Україні

Головною метою державної інноваційної політики в Україні є створення соціально-економічних, організаційних і правових умов для ефективного відтворення, розвитку й використання науково-технічного потенціалу країни, забезпечення впровадження сучасних екологічно чистих, безпечних, енерго- та ресурсозберігаючих технологій, виробництва та реалізації нових видів конкурентоздатної продукції.

Відповідно до Закону України «Про інноваційну діяльність» **основними принципами державної інноваційної політики є:**

1. Орієнтація на інноваційний шлях розвитку економіки України;
2. Визначення державних пріоритетів інноваційного розвитку;
3. Формування нормативно-правової бази у сфері інноваційної діяльності;
4. Створення умов для збереження, розвитку й використання вітчизняного науково-технічного та інноваційного потенціалу;
5. Забезпечення взаємодії науки, освіти, виробництва, фінансово-кредитної сфери у розвитку інноваційної діяльності; ефективне використання ринкових механізмів для сприяння інноваційній діяльності, підтримка підприємництва у науково-виробничій сфері;
6. Здійснення заходів на підтримку міжнародної науково-технологічної кооперації, трансферу технологій, захисту вітчизняної продукції на внутрішньому ринку та її просування на зовнішній ринок;

7. Фінансова підтримка, здійснення сприятливої кредитної, податкової і митної політики у сфері інноваційної діяльності;
8. Сприяння розвитку інноваційної інфраструктури;
9. Інформаційне забезпечення суб'єктів інноваційної діяльності;
10. Підготовка кадрів у сфері інноваційної діяльності.

Грунтуючись на цих принципах, державне регулювання інноваційної діяльності здійснюється шляхом:

- визначення й підтримки пріоритетних напрямів інноваційної діяльності державного, галузевого, регіонального й місцевого рівнів;
- формування й реалізації державних, галузевих, регіональних і місцевих інноваційних програм;
- створення нормативно-правової бази та економічних механізмів для підтримки й стимулювання інноваційної діяльності:
- захисту прав та інтересів суб'єктів інноваційної діяльності;
- фінансової підтримки виконання інноваційних проектів;
- стимулювання комерційних банків та інших фінансово-кредитних установ, що кредитують виконання інноваційних проектів;
- встановлення пільгового оподаткування суб'єктів інноваційної діяльності;
- підтримки функціонування й розвитку сучасної інноваційної інфраструктури.

Виходячи з актуальності наявних в Україні проблем, вирішення яких потребує наукового забезпечення, *пріоритетними напрямками державної підтримки* сьогодні є:

- у сфері **наукового** розвитку – фундаментальна наука; прикладні дослідження й технології; вища освіта, підготовка та перепідготовка наукових кадрів; розвиток наукових засад розбудови соціально орієнтованої ринкової економіки; наукове забезпечення вирішення проблем здоров'я людини та екологічної безпеки; система інформаційного та матеріального забезпечення наукової діяльності;
- у сфері **технологічного** розвитку – дослідження і створення умов для високопродуктивної праці та сучасного побуту людини; розроблення засобів збереження й захисту здоров'я людини; розроблення ресурсо-, енергозберігаючих технологій; розроблення сучасних технологій і техніки для електроенергетики, переробних галузей виробництва, в першу чергу агропромислового комплексу, легкої та харчової промисловості;
- у сфері **виробництва** – формування наукоємних виробничих процесів, сприяння створенню та функціонуванню інноваційних структур (технопарків, інкубаторів тощо); створення конкурентоспроможних переробних виробництв; технологічне та технічне оновлення базових галузей економіки держави; впровадження високорентабельних інноваційно-інвестиційних проектів, реалізація яких може забезпечити якнайшвидшу віддачу і започаткувати прогресивні зміни в структурі виробництва та тенденціях його розвитку;
- у сфері **фінансово-банківської діяльності** – стимулювання створення спеціалізованих інноваційних банків, а також фондів довгострокового

кредитування функціонуючих банків шляхом встановлення відповідних пільг з оподаткування коштів, що інвестуються для досягнення технологічних змін: диференціація ставки податку на прибуток банків залежно від напрямів використання ресурсів шляхом зниження в разі їх довгострокового кредитування високотехнологічних проектів і підвищення в разі вкладання коштів у високоприбуткові операції фінансового ринку; створення системи пільгового рефінансування банків, які надають пільгові кредити для реалізації інвестиційних проектів щодо розроблення і впровадження високотехнологічного обладнання та іншої інноваційної продукції; запровадження спеціального порядку створення інноваційних асоціацій, які є інвестиційно-виробничими об'єднаннями юридичних та фізичних осіб, що беруть участь у здійсненні інноваційного проекту та випуску нової конкурентоспроможної продукції; запровадження державної системи страхування ризиків інноваційної діяльності за рахунок спеціально створеної страхової компанії тощо.

Найефективнішим важелем державного регулювання інноваційної діяльності є створення особливого податкового та митного режиму.

Особливостями митного регулювання інноваційної діяльності є те, що:

1. Необхідні для виконання пріоритетного інноваційного проекту, яким передбачається випуск інноваційного продукту, щодо якого прийнята постанова Кабінету Міністрів України про його особливу важливість, сировина, устаткування, обладнання, комплектуючі та інші товари (крім підакцизних товарів), які не виробляються в Україні або виробляються, але не відповідають вимогам проекту, при ввезенні в Україну протягом строку чинності свідоцтва про державну реєстрацію інноваційного проекту звільняються від сплати ввізного мита та податку на додану вартість. Номенклатура та обсяги ввезення сировини, матеріалів, устаткування, обладнання, комплектуючих та інших товарів мають бути визначені в інноваційному проекті перед його державною реєстрацією.

2. У разі використання сировини, матеріалів, устаткування, обладнання, комплектуючих та інших товарів, ввезених в Україну без сплати ввізного мита та податку на додану вартість не для потреб виконання інноваційного проекту ввізне мито та податок на додану вартість сплачуються до бюджету в повному обсязі. При цьому платник податку зобов'язаний збільшити податкові зобов'язання за наслідками податкового періоду, в якому відбулося таке порушення, на суму ввізного мита і податку на додану вартість, що мали бути сплачені при ввезенні на митну територію таких товарів, а також сплатити пеню, нараховану на суму податків, виходячи із 120 відсотків облікової ставки НБУ, що діяла на день збільшення податкового зобов'язання, за період їх, нецільового використання.

Реалізація цих заходів сприятиме формуванню такої моделі організації інноваційної діяльності, зокрема, науково-дослідних, дослідно-конструкторських робіт в Україні, яка б поєднувала в собі елементи ринкової економіки із збереженням гнучких важелів державного регулювання цією найважливішою сферою життєдіяльності суспільства.

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ

1. Розкрийте сутність поняття «підприємництво» і «підприємницька діяльність».
2. Назвіть складові державного регулювання підприємництва.
3. Які існують джерела фінансування інноваційного розвитку підприємств?
4. Охарактеризуйте елементи системи підтримки та стимулювання підприємницької діяльності.
5. Назвіть напрями підтримки інноваційної діяльності.
6. Які особливості митного регулювання інноваційної діяльності?

ТЕМА 8 НАЦІОНАЛЬНІ ІННОВАЦІЙНІ СИСТЕМИ

8.1 Сутність та зміст національної інноваційної системи

8.2 Структурні елементи національної інноваційної системи

8.3 Передумови і проблеми створення національної інноваційної системи в Україні

8.1 Сутність та зміст національної інноваційної системи

У сьогоденні умовах для України вкрай актуальною стає проблема створення національної інноваційної системи (НІС) як нової ефективної структури управління науково-технічною сферою країни.

Побудова принципово нової НІС, адаптованої до вимог ринкової економіки, буде стимулювати зростання конкурентоздатності продукції українських підприємств, створить умови для подолання слабкого місця вітчизняної прикладної науки – відсутності зв'язку між освітою, наукою і виробництвом, а також стане каталізатором інноваційної активності, особливо в сфері наукомісткого підприємництва.

З метою активізації інноваційних процесів у розвинутих країнах світу у 50-х роках минулого століття почали активно формуватися НІС, які виконують роль інституціональної основи інноваційного розвитку економіки та створюють необхідні умови і ресурси для перетворення нових знань у інновації та їх практичної реалізації з метою отримання економічного або соціального ефекту.

Питання формування та функціонування НІС досліджують в своїх роботах І. Багрова, В. Білозубенко, М. Бунчук, А. Гречко, В. Іванов, О. Кавтиш, І. Карпунь, О. Кузьменко, Б.-А. Лундвал, І. Макаренко, С. Меткалф, З. Микитюк, Р. Нельсон, М. Пашута, В. Побірченко, Л. Федулова, К. Фрімен, О. Черевко, Л. Яремко та інші.

Поняття «національна інноваційна система» виникло у 80-х роках минулого століття і широко застосовується у багатьох країнах світу.

Вперше його використав К. Фрімен при описі результатів дослідження технологічної політики Японії. Вченим було проаналізовано основні структурні елементи японської інноваційної системи, які забезпечили підвищення конкурентоспроможності країни на міжнародному рівні у другій половині ХХ ст. Першою вагомою працею, присвяченою питанням формування та функціонування національної інноваційної системи є монографія «Технічний прогрес і економічна теорія» (1988 р.).

Загалом основоположниками теорії національних інноваційних систем прийнято вважати Б.-А. Лундвала (Швеція), Р. Нельсона (США), К. Фрімена (Великобританія), які практично одночасно сформували основи нової концепції інноваційного розвитку.

Варто відмітити, що не зважаючи на те, що сьогодні концепція НІС широко використовується в багатьох країнах світу при розробці стратегій та програм розвитку, однак не існує єдиного підходу щодо визначення сутності поняття «національна інноваційна система». Навіть основоположники цієї концепції використовували різні підходи до трактування її сутності, що в основному було обумовлено різними завданнями дослідження та поглядами на економічні явища та процеси. Так, Р. Нельсон досліджував виключно технологічні інновації, тоді як Б.-А. Лундвал і К. Фрімен вивчали поряд із технологічними і нетехнологічними інноваціями, зокрема, інституціональні, соціальні, освітні інновації, а також організаційні зміни.

К. Фрімен розглядав національну інноваційну систему як мережу інституцій державного та приватного секторів, чия діяльність і взаємодія ініціює, імпортує, модифікує та поширює нові технології [8]. Особливістю такого підходу є зосередження уваги на інституціональній складовій інноваційної діяльності.

У той же час Р. Нельсон, вивчаючи проблеми пов'язані із розробкою та реалізацією науково-технічної політики держави, визначав НІС як сукупність інститутів, чия взаємодія визначає інноваційну продуктивність (ефективність) національних фірм [10]. У своїх дослідженнях вчений підкреслював роль конкуренції у стимулюванні інноваційної діяльності.

Б.-А. Лундвал, базуючись на концепції «національних виробничих систем» Ф. Ліста та ідеях фон Хіппеля про технологічну співпрацю, досліджував проблеми взаємодії між виробниками та споживачами знань. Вчений під НІС розумів «набір елементів і зв'язків, які взаємодіють в процесі виробництва, розподілу та використання нового, економічно вигідного знання і знаходяться або походять з території національної держави» [9]. Основний акцент у цьому визначенні зроблено на національний аспект інноваційної діяльності.

Останнім часом поняття «національна інноваційна система» набуло значного розповсюдження, з'явилися самостійні дослідження, у яких пропонуються різні підходи до трактування цієї дефініції.

Із існуючих підходів можна виділити такі:

1. Національна інноваційна система – це сукупність інститутів (організацій), що створюють сприятливі умови для реалізації інноваційних

процесів. Так, у доповідях ОЕСР зазначається, що національна інноваційна система – це сукупність інститутів приватного й державного секторів, які окремо та у взаємодії обумовлюють розвиток і поширення нових технологій в межах певної країни [11].

2. Національна інноваційна система – це сукупність організацій, які приймають безпосередню участь в інноваційному процесі. Зокрема, *З. В. Микитюк* визначає національну інноваційну систему як «сукупність взаємопов'язаних інститутів, призначених для того, щоб створювати, зберігати й передавати знання, навички й артефакти, що визначають нові технології» [3].

Група українських вчених під керівництвом *Макаренка І.П.* трактує національну інноваційну систему як «сукупність національних державних, приватних і громадських організацій і механізмів їхньої взаємодії, у межах яких створюються, зберігаються і поширюються нові знання та технології» [4, с. 36].

3. Національна інноваційна система – це сукупність організацій, які приймають безпосередню участь в інноваційному процесі, а також інститутів, які створюють сприятливі умови для його реалізації. Так, *Л. Федулова* та *М. Пашута* зазначають, що «національна інноваційна система – це сукупність взаємопов'язаних організацій (структур), зайнятих виробництвом і комерціалізацією наукових знань і технологій у межах національних кордонів, малих і великих компаній, університетів, лабораторій, технопарків та інкубаторів, як комплексу інститутів правового, фінансового й соціального характеру, що забезпечують інноваційні процеси і мають потужне національне коріння, традиції, політичні та культурні особливості» [7, с. 36].

Подібне визначення міститься у розпорядженні Кабінету Міністрів України від 17 червня 2009 р. №680р «Про схвалення Концепції розвитку національної інноваційної системи», де зазначається, що національна інноваційна система – це сукупність законодавчих, структурних і функціональних компонентів (інституцій), які задіяні у процесі створення та застосування наукових знань та технологій, визначають правові, економічні, організаційні та соціальні умови інноваційного процесу в межах національних кордонів та забезпечують зростання конкурентоспроможності вітчизняних організацій та підприємств за рахунок підвищення їх інноваційної активності [6].

Провідний російський дослідник проблем інноваційного розвитку *Н. І. Іванова* формулює три основні методологічні принципи концепції [1, с.10-11]: базування на ідеях *Й. Шумпетера*; аналіз інституційного контексту інноваційної діяльності як її суттєвої складової; визнання особливої ролі знань в економічному розвитку. Згідно цих принципів була визначена сутність НІС. **Національна інноваційна система** – це сукупність взаємопов'язаних організацій (структур), що займаються виробництвом та комерційною реалізацією наукових знань і технологій в межах національних кордонів. Вона містить дві складові:

1) науково-виробничу, представлену різного роду компаніями, університетами, державними лабораторіями, технопарками та інкубаторами;

2) інфраструктурно-забезпечувальну, що включає інститути правового, фінансового та соціального характеру, які забезпечують інноваційні процеси і мають міцні національні корені, традиції, політичні і культурні особливості.

Сьогодні концепція НІС активно використовується розвиненими країнами світу в розробці та реалізації довгострокових планів і програм розвитку. Вона також застосовується як інструмент розбудови "нової економіки".

Метою розвитку НІС є створення умов для підвищення продуктивності праці та конкурентоспроможності вітчизняних товаровиробників шляхом технологічної модернізації національної економіки, підвищення рівня їх інноваційної активності, виробництва інноваційної продукції, застосування передових технологій, методів організації та управління господарською діяльністю для покращення добробуту людини та забезпечення стабільного економічного зростання.

Огляд найбільш розповсюджених дефініцій дозволяє окреслити загальні характеристики національної інноваційної системи:

- в основі її побудови лежать, з одного боку, ідеї Й. Шумпетера, а з іншого - основні постулати інституціоналістів;
- основною метою є створення, розповсюдження та використання інновацій як джерела підвищення конкурентоспроможності країни;
- знання – основна продуктивна сила;
- орієнтація на забезпечення пріоритетного розвитку трьох складових: науки, освіти та наукоємного виробництва;
- є одночасно підсистемою національної економіки та підсистемою міжнародної інноваційної системи, а тому її особливості визначаються, з одного боку, національною специфікою, соціально-економічною політикою держави, взаємодією між суб'єктами інноваційної діяльності, а з іншого - динамічністю та відкритістю інноваційних процесів, що відбуваються у зовнішньому по відношенню до країни світі.

Підсумовуючи все вищезазначене, можна зробити висновок, що національна інноваційна система, з одного боку, є процесом взаємодії між різними інститутами, які займаються виробництвом та комерціалізацією наукового знання в межах держави, а з іншого - результатом цієї взаємодії. Визначальним фактором ефективного функціонування національної інноваційної системи є ступінь партнерства в системі «наука-бізнес-держави», яка об'єднує технологічні, фінансові та організаційні фактори генерування та поширення інновацій.

8.2 Структурні елементи національної інноваційної системи

Важливого значення при дослідженні сутності національної інноваційної системи набуває визначення основних структурних її елементів, а також розуміння зв'язків та взаємодії між ними як основного джерела підвищення «інноваційної продуктивності» (рис. 8.1).

Суб'єкти НІС представлені усіма видами суб'єктів господарювання або їхніх підрозділів, які займаються створенням, розповсюдженням та

використанням інновацій (промислові підприємства, венчурні фірми, НДІ, ВНЗ, підприємства та установи інфраструктури інноваційної діяльності), державою в особі органів державного управління і контролю за інноваційними процесами.

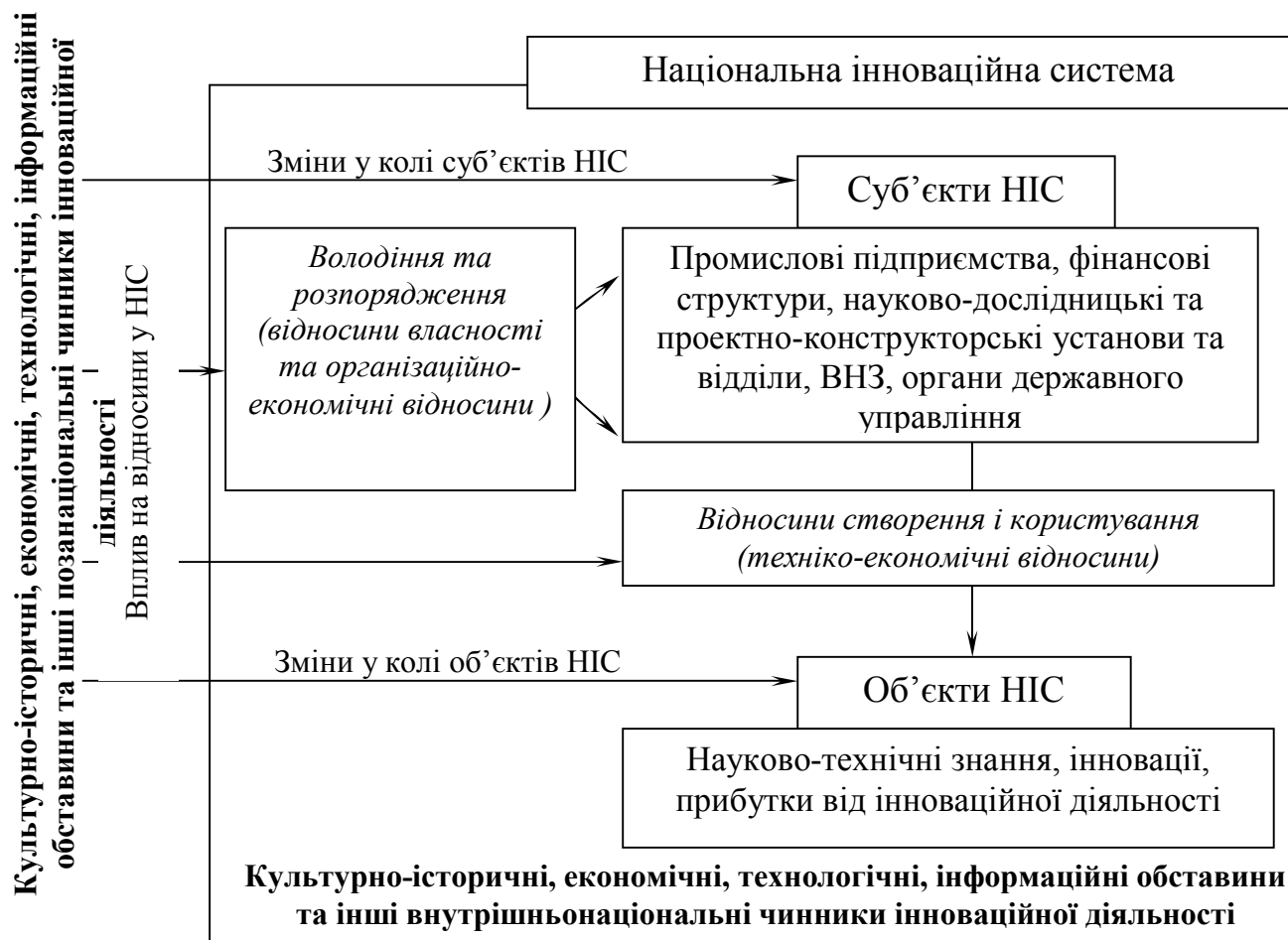


Рисунок 8.1 – Структура національної інноваційної системи

Об'єктами НІС виступають інновації у фізичному та інформаційному розумінні, які створюються та використовуються з метою отримання прибутку або іншого ефекту.

Відносини в процесі здійснення інноваційної діяльності складаються з:

- відносин створення використання інновацій (відносин з фізичного використання матеріальних та інформаційних ресурсів у процесі створення інновацій, відносини користування інноваціями);

- відносин з володіння та розпорядження правами на інновації та прибутками від їх використання:

- організаційно-економічних відносин (організація створення інновацій, у т.ч. й організаційні форми інноваційного процесу та інноваційних підприємств, поділ праці, фінансування інновацій, ринок інновацій, правове поле інновацій, адміністративне та економічне регулювання інноваційних процесів з боку держави, територіальна організація інноваційної діяльності);

- відносин власності (порядок встановлення, переходу та ліквідації прав власності на інновації та результати їх використання, контрактна практика,

перерозподіл частини прибутків на користь державних органів та органів місцевого самоврядування, юридичні відносини з приводу власності та розпорядження інноваціями).

Таким чином НІС характеризується, з одного боку, певною сукупністю суб'єктів інноваційної діяльності і усталеними формами взаємодії між ними в ході реалізації інноваційних процесів, обумовленими національною специфікою та соціально-економічною політикою держави, а з іншого - динамічністю та відкритістю інноваційних процесів до впливу з-за національних кордонів.

Національна інноваційна система ґрунтується на двох основних складових – сукупності взаємопов'язаних організацій (структур) та комплексу інститутів правового, фінансового та соціального характеру, взаємодія яких і визначає стан та її розвиток. Тобто формування НІС визначається створенням сприятливого економічного і правового середовища, формуванням інноваційної інфраструктури, удосконаленням механізмів державного сприяння комерціалізації результатів наукових досліджень, експериментальних розробок.

Структура НІС складається з підсистем:

1) державного регулювання (інституції), що складається із законодавчих, структурних і функціональних інституцій, які встановлюють та забезпечують дотримання норм, правил, вимог в інноваційній сфері та взаємодію всіх підсистем національної інноваційної системи;

2) освіти і професійної підготовки, що складається з вищих навчальних закладів, науково-методичних і методичних установ, науково-виробничих підприємств, державних і місцевих органів управління освітою, а також навчальних закладів, які проводять підготовку, перепідготовку та підвищення кваліфікації кадрів;

3) генерації знань, що складається з наукових установ та організацій незалежно від форми власності, які проводять наукові дослідження і розробки та створюють нові наукові знання і технології, державні наукові центри, академічні та галузеві інститути, наукові підрозділи вищих навчальних закладів, наукові та конструкторські підрозділи підприємств;

4) інноваційної інфраструктури, що складається з виробничо-технологічної, фінансової, інформаційно-аналітичної та експертно-консалтингової складової, а також із технополісів, технологічних та наукових парків, інноваційних центрів та центрів трансферу технологій, бізнес-інкубаторів та інноваційних структур інших типів; інформаційних мереж науково-технічної інформації, експертно-консалтингових та інжинірингових фірм, інституційних державних та приватних інвесторів;

5) виробництва продукції та послуг, що складається з організацій та підприємств, які виробляють інноваційну продукцію і надають послуги та (або) є споживачами технологічних інновацій.

Технологічну базу НІС становлять організації, що здійснюють фундаментальні та прикладні дослідження і розробки, і великі корпорації, що здійснюють масовий випуск наукомісткої продукції, наявність яких забезпечує, зокрема, розвиток малого наукомісткого бізнесу.

Основа НІС складає **освіта**. Вона і є тим ґрунтом, на якому зростають інновації, розуміння їх ролі та сприйняття. Першорядне значення мають такі її характеристики, як: доступність, якість, забезпеченість комп'ютерною технікою, доступ до Інтернету. Варто виокремити ще й такий аспект як виявлення обдарованих дітей та створення умов для їх розвитку та навчання. Важливою обставиною є забезпечення підготовки належної кількості інженерно-технічних кадрів. Розвинені країни приділяють цим питанням належну увагу, виділяють значні кошти на освіту, підготовку педагогічних кадрів.

Центральне місце в НІС належить **науці** як виробнику інновацій фундаментальній та прикладній.

Необхідною умовою успішної інноваційної діяльності є її **інституційне забезпечення**. Мова йде, з одного боку, про існування відповідних державних органів: міністерств, державних комітетів, управлінь, а з іншого – про закони, норми, правила, стандарти інноваційно-впроваджувальних процесів. Свою частину інституцій формує і приватний сектор, громадськість. Це громадські організації (типу ради винахідників), незалежна експертиза тощо.

Критичною фазою, а нерідко і каменем спотикання інноваційної діяльності є її **фінансування**. Це за відомим виразом ситуація, коли "інновації зустрічаються з грішми". Власне, щоб відбутися вони мусять бути купленими, профінансованими. Інноваційні процеси потребують змішаного фінансування, в якому ініціатором і піонером виступає держава, залучаючи кошти бізнесу.

Отже, національна інноваційна система представлена двома секторами – державним та приватним, кожен з яких виконує свої функції і завдання. Організатором і натхненником його розвитку виступає держава як виразник національних інтересів та провідник довгострокової стратегії розвитку та яка в своїй діяльності нерідко користується неринковими підходами та методами. Підприємництво виступає основною силою і виконавцем інноваційної діяльності, орієнтуючись передусім на ринкові сигнали та можливість отримання комерційної вигоди. Ці дві сили, як показує практика, можуть успішно співпрацювати, доповнюючи одна одну.

8.3 Передумови і проблеми створення НІС в Україні

До умов створення в Україні НІС слід віднести наступне:

- частково збережено науково-технічний потенціал та частина високотехнологічного виробництва;
- прийнято пакет нормативних актів щодо інноваційної діяльності;
- формуються механізми державного і ринкового фінансування інноваційних проектів;
- розвивається мережа об'єктів організаційно-технічної інфраструктури інноваційної діяльності;
- зростає використання можливостей масового інформаційного забезпечення й освіти на базі Інтернет-технологій;

- отримані позитивні результати інноваційного розвитку регіонів на базі кластерного підходу до оновлення виробництва;
- формується прошарок малого інноваційного підприємництва тощо.

Сучасний стан НІС України характеризується значними вадами, серед яких основними недоліками є [5, с. 72-74]: відрив науки від господарської практики; відсутність програми довгострокового розвитку державного та регіонального рівнів; відсутність механізмів оцінки ефективності державних та регіональних науково-технічних програм; недосконалість законодавчої бази в частині стимулювання інноваційної активності, матеріального та морального стимулювання інтелекту, особливо ВНЗ; спонтанне ініціювання інновацій; відсутність відповідної інноваційної інфраструктури й механізмів комерціалізації науково-технічних розробок; непослідовність, безсистемність і в деякій мірі хаотичне проведення державної політики тощо.

Ключовими проблемами формування і розвитку НІС в Україні є такі:

1) відсутність *теоретико-методологічної основи інноваційної політики держави*, створення якої дозволить забезпечити плановірність, прозорість, передбачуваність, комплексність інноваційної політики, високу результативність окремих елементів та синергетичний ефект від взаємодії;

2) відсутня єдина науково обґрунтована і затверджена на урядовому рівні *модель інноваційного розвитку країни*, що визначила б вибір України за багатьма альтернативними варіантами;

3) визначення *жорстко обмеженого переліку саме тих напрямів інноваційної діяльності* (максимум трьох), які містять в собі найбільший потенціал «проривної» інновації, спроможної забезпечити Україні лідерство на певному сегменті світового ринку;

4) розбудова інформаційно-комунікативного сектора, від якого залежать темпи розвитку окремих інститутів НІС та процеси активізації інноваційної діяльності взагалі.

На сучасному етапі НІС в Україні має два основних *завдання*:

- *тактичне* – запуск процесів масового оновлення всіх сфер господарської діяльності. Ключовим питанням є усунення розриву інноваційного процесу між стадіями виникнення нового знання та його впровадженням у практичну діяльність;
- *практичне* – впровадження механізмів стимулювання попиту та пропозиції на інноваційні продукти за одночасного розвитку інфраструктури інноваційної діяльності.

Таким чином НІС є складною системою, яка одночасно є процесом взаємодії між різними суб'єктами інноваційної діяльності та результатом цієї взаємодії, що можливе за узгодженого механізму взаємодії науково-дослідницького й підприємницького середовища. Вона включає три основні підсистеми: підсистеми формування нематеріальних ресурсів; підсистеми безпосереднього інноваційного процесу; підсистеми матеріально-технічного забезпечення інноваційного процесу.

Тенденції формування та розвитку НІС України свідчать, що сьогодні в державі функціонують лише окремі, не пов'язані між собою її елементи, підтвердженням чого є результати інноваційної діяльності.

Оскільки домінуюча роль в управлінні формуванням НІС в світовій практиці належить державі, яка, з одного боку, визначає правила функціонування НІС, з іншого – забезпечує необхідну ресурсну підтримку, уряд України повинен сприяти не тільки фінансуванню інновацій, а й забезпечити високий ступінь партнерства в системі «наука-бізнес-держава». Розвиток вітчизняної НІС має базуватися на кластерному ефекті, який забезпечить мережний взаємозв'язок всіх учасників в інноваційній діяльності. Такі заходи сприятимуть подальшому формуванню та розвитку НІС в Україні й дозволять їй приймати участь у світовому інноваційному просторі в якості рівноправного партнера.

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ

1. Дайте визначення поняття «національна інноваційна система». З чого вона складається (структура).
2. У чому полягає мета розвитку НІС?
3. З яких підсистем складається НІС?
4. Перелічіть проблеми формування і розвитку НІС.

ТЕМА 9 МАРКЕТИНГ ІННОВАЦІЙ

9.1 Маркетинг інновацій у діяльності підприємства

9.2 Принципи управління підприємством на засадах інноваційного маркетингу

9.1 Маркетинг інновацій у діяльності підприємства

На сьогоднішній день, маркетинг є однією з основних філософій ведення бізнесу, що дозволяє підприємствам виживати, активно розвиватися й конкурувати на ринку, у результаті чого їхні доходи постійно збільшуються, витратна частина знижується, і, відповідно, зростає прибуток (що і є основною метою діяльності будь-якого підприємства, не враховуючи некомерційну сферу).

Зауважимо, що автори часто змішують поняття «маркетинг інновацій» та «інноваційний маркетинг». Названі поняття ототожнюють з маркетинговими дослідженнями в процесі розробки нового продукту, використанням традиційних методів та інструментів маркетингу для створення та поширення інновацій. «Маркетинг інновацій», «інноваційний маркетинг» визначають як діяльність з покращення продукції та маркетингу, маркетинг нових товарів, діяльність зі створення унікальних умов реалізації нових продуктів, складову частину процесу планування й реалізації інновацій. «Маркетинг інновацій» та «інноваційний маркетинг» характеризують як створення та використання

інновацій у самому маркетингу, нові інструменти маркетингу. В літературі зустрічаємо тлумачення вищезгаданих понять як одночасне покращення, удосконалення як продукції, так і маркетингу, пропонування нового блага, та ін.

Однак існує відмінність змісту понять маркетингу інновацій та інноваційного маркетингу. У науковій літературі зустрічаємо цілий ряд підходів до їх визначення.

Так, наприклад, С. М. Ілляшенко відзначає, що маркетинг інновацій слід одночасно розглядати: «як концепцію ринкової діяльності підприємства (філософію бізнесу), коли в змінах вбачають джерело доходу; як аналітичний процес, що передбачає виявлення ринкових можливостей інноваційного розвитку; як засіб активного впливу на споживачів та цільовий ринок у цілому, що пов'язаний з виведенням та просуванням інновації на ринок; як функцію інноваційного менеджменту, спрямовану на виявлення можливих напрямків інноваційної діяльності, їх матеріалізацію і комерціалізацію.

Очевидно, що ринкове супроводження інновацій (нових товарів, послуг та технологій) потребує нетрадиційних дій, прийомів, методів, тобто інноваційного маркетингу як набору інструментів та напрямів їх використання. Під інноваційним маркетингом слід розуміти використання новітніх інструментів у комплексі маркетингу (у дослідженні ринку, сегментації, просуванні, товарній, ціновій політиці, комунікаціях).

В більш широкому сенсі **інноваційний маркетинг** – концепція ведення бізнесу, яка передбачає створення вдосконаленої або принципово нової продукції (виробу, технології, послуги, управлінського рішення) – інновації – і використання в процесі її створення та розповсюдження вдосконалених чи принципово нових – інноваційних інструментів, форм та методів маркетингу з метою більш ефективного задоволення потреб як споживачів, так і виробників. Інакше кажучи, підприємство виробляє інновації, перш за все такі, які задовольняють як потреби споживачів, так і його власні потреби, і використовує інноваційні підходи для реалізації засад маркетингу.

Маркетинг інновацій доцільно розглядати як окремий вид маркетингу, напрям маркетингової діяльності, який, у свою чергу, потребує особливих методів, інструментів та прийомів. Термін «**маркетинг інновацій**» може бути визначений як сукупність дій, прийомів, методів, систематична активність суб'єктів економічних відносин щодо розробки і просування на ринку нових товарів, послуг та технологій для задоволення потреб і запитів споживачів (суспільства) у більш ефективний, ніж у конкурентів, спосіб на основі оновлення та підвищення рівня складових потенціалу підприємства, пошуку нових напрямів та засобів його використання з метою отримання прибутку та забезпечення умов тривалого виживання й розвитку на ринку.

Методологія та теоретичне обґрунтування інструментарію маркетингу інновацій мають стати підґрунтям ринкового успіху та ефективності діяльності підприємств у сучасних умовах господарювання.

Отже, двома основними складовими інноваційного маркетингу є виробництво інновацій та використання інновацій в маркетингу під час їх створення та розповсюдження (рис. 9.1).

Реалізацію традиційних функцій та завдань маркетингу під час створення та розповсюдження інновацій задля найкращого задоволення потреб і запитів споживачів і виробників пропонується визначити таким поняттям як «**маркетинг інновацій**».

Класифікація інновацій в розрізі маркетингу за наступними ознаками:

1. Залежно від типу створюваного блага:

- інновація-продукт;
- інновація-послуга;
- інновація-технологія.

2. Залежно від подальшого використання:

- інновація для подальшого використання в виробництві;
- споживча інновація.

В цілому, треба зазначити, що головною відмінністю маркетингу інновацій від маркетингу традиційних товарів (послуг, технологій) є те, що в даному випадку фахівці з маркетингу постійно зайняті пошуком нових шляхів задоволення існуючих потреб, або взагалі – пошуком нових чи прихованих потреб, і, відповідно, шляхів їх задоволення.

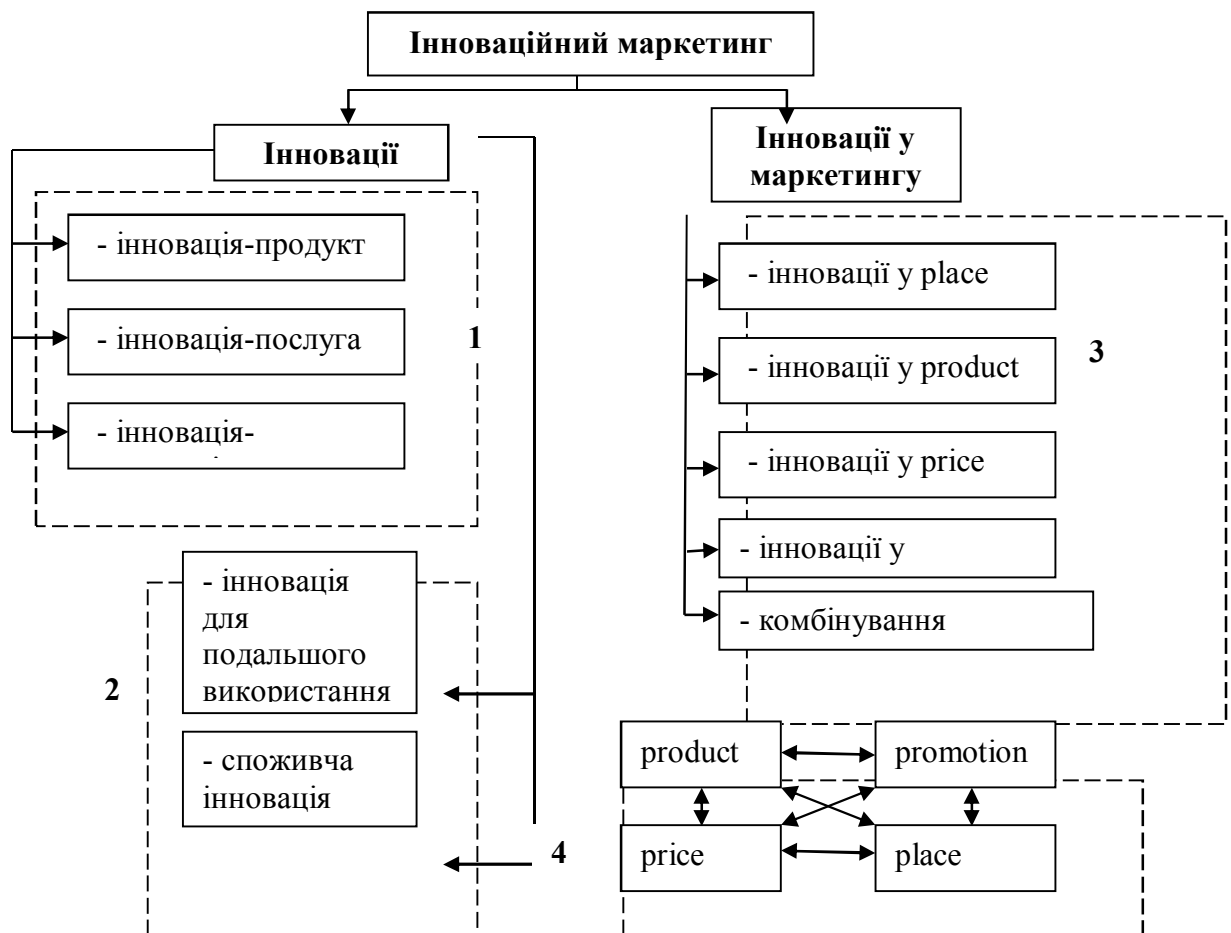


Рисунок 9.1 – Структура інноваційного маркетингу

Під **маркетинговими інноваціями**, або **інноваціями в маркетингу** слід розуміти використання вдосконалених чи нових методів та інструментів маркетингу під час процесу створення та розповсюдження товару (технології, послуги, управлінського рішення) з метою більш ефективного задоволення потреб і запитів споживачів та виробників. Пропонується класифікувати маркетингові інновації в залежності від складових комплексу маркетингу (блок 3 рис. 9.1):

- інновації у place, тобто в маркетингових дослідженнях, сегментації, позиціонуванні;
- інновації у product, тобто в маркетинговій товарній політиці;
- інновації у price, тобто в маркетинговій цінній політиці;
- інновації у promotion, тобто маркетинговій політиці комунікацій;
- комбінування цих складових маркетингових інновацій (блок 4 рис. 9.1).

Інновації в маркетингу за частотою впровадження випереджають всі інші інновації. Це пов'язано з тим, що після того як виробники зрозуміли важливість реалізації маркетингу на своїх підприємствах, вони почали шукати шляхи якомога кращого задоволення потреб споживачів і, відповідно, використовувати нові методи та інструменти маркетингу, сподіваючись обійти своїх конкурентів в боротьбі за ринок.

Таким чином сьогодні як ніколи відчутна важливість таких функцій ведення бізнесу як маркетингової та інноваційної. Ці напрямки діяльності є головними, які здатні забезпечити подальший розвиток українських підприємств, і саме на їх реалізації необхідно зосереджувати увагу.

9.2 Принципи управління підприємством на засадах інноваційного маркетингу

На сьогоднішній день функціонування будь-якого підприємства не можливе без управління його господарською діяльністю. Саме через функцію управління відбувається процес координації дій основних суб'єктів господарювання на підприємстві, головною метою яких є досягнення поставлених цілей та виконання місії підприємства.

Управління – це процес сполучення ресурсів для досягнення поставленої мети; свідомий вплив людини на різні об'єкти та процеси, що відбуваються в оточуючому середовищі та осіб, які пов'язані з ними, що відбувається з метою надання процесам визначеної направленості та отриманню бажаних результатів

Відповідно до вищевикладеного визначення управління являє собою складну систему, яка складається з багатьох взаємопов'язаних елементів та їх взаємозв'язків.

Система управління – це форма реалізації взаємодії й розвитку відносин управління, виражених у законах і принципах менеджменту, а також у меті, функціях, структурі, методах і процесі управління.

Виділяють наступні принципи управління:

1. Принцип орієнтації підприємства на інноваційний шлях розвитку – передбачає орієнтацію підприємства на безупинний пошук і використання

нових способів і сфер реалізації інноваційного потенціалу в мінливих умовах зовнішнього середовища відповідно до обраної місії та стратегії економічного розвитку. Для підприємств, що керуються концепцією інноваційного маркетингу цей принцип є одним з основних, адже саме інновації є головним інструментом даних підприємств в досягненні поставленої мети.

2. Принцип орієнтації на споживачів – передбачає постійний аналіз рівня споживацького задоволення і виявлення шляхів його підвищення. Головною місією підприємств, що керуються концепцією інноваційного маркетингу, є задоволення потреб і запитів споживачів. Таким чином, будь-яке відхилення від місії є неприйнятним і потребує негайних рішень і дій.

3. Принцип орієнтації на працівників – передбачає ретельну роботу по підборі на навчання працівників, підвищення рівня їх кваліфікації та професіоналізму, урахування їх потреб, надання можливості участі в прийнятті управлінських рішень. Інновації, як відомо, є результатом певної ідеї. Генератором ідей досить часто виступають саме працівники підприємств. Тому, для інноваційно-орієнтованих підприємств необхідною умовою їх функціонування є ефективний процес відбору працівників та їх професійного розвитку, а також надання їм можливості висловлювання власної думки та застосування нових знань.

4. Принцип забезпечення максимізації прибутку підприємства при одночасній максимізації добробуту кожного працівника. Будь-яке підприємство (окрім некомерційних), реалізуючи свою господарську діяльність, має на меті отримання прибутку. Однак, максимізація прибутку повинна відбуватись в тісній взаємозалежності та взаємоузгодженості з покращенням рівня кожного зайнятого у господарській діяльності працівника. Це пов'язано з тим, що працівники ефективно проводять свою діяльність лише коли бачать певні результати саме для себе, особливо, коли ці результати сприяють підвищенню їх рівня добробуту.

5. Принцип наукового обґрунтування системи управління – передбачає врахування при формуванні системи економічних законів та законів мислення, застосування наукових підходів, направлених на підвищення рівня стабільності системи управління. Цей принцип дозволить підприємствам, що керуються концепцією інноваційного маркетингу, шляхом використання наукових підходів до управління, а також останніх досягнень в різних галузях науки підвищити рівень конкурентоспроможності і досягти реалізації бажаної мети.

6. Принцип збереження та розвитку конкурентних переваг – виявлення сильних та слабких сторін функціонування підприємств дозволяє формувати стратегію діяльності на основі їх прогнозування, досягати першості у випуску товару в порівнянні з конкурентами. Так, підприємство не повинно зупинятись на досягнутому. Адже, досягнувши лідерства, підприємство повинно постійно підтримувати власні позиції і намагатись не лише не допустити конкурентів до зайнятого відсотку ринку, але й намагатись збільшити цей відсоток.

7. Принцип системності – передбачає розгляд підприємства як системи, сукупності взаємопов'язаних елементів (підсистем), зв'язок з зовнішнім середовищем. Системний підхід дає можливість врахувати всі необхідні

взаємозв'язки та взаємодії в системі управління, дозволяє при постановці цілей всебічно зважувати всі фактори та направляти механізми управління на досягнення цілей.

8. Принцип правової регламентації управління – економіко-правове регулювання процесів управління підприємством з дотриманням вимог нормативних актів, які регламентують законність управління. Особливої уваги цей принцип отримує у зв'язку з недостатньо розвинутою в країні законодавчою базою в сфері інноваційної діяльності та інтелектуальної власності. Тому врахування цієї проблеми є досить важливим для функціонування підприємства.

9. Принцип єдності теорії та практики управління – будь-яке управлінське рішення повинно відповідати логіці, принципам і методам управління та вирішувати одну з практичних завдань. Таким чином, органи управління підприємством, приймаючи рішення про розробку та впровадження певної інновації, повинні розуміти, що даний процес не порушує принципів та методів управління, які є основою менеджменту підприємства та необхідні для виконання його місії і досягнення поставленої мети діяльності.

10. Принцип співставлення варіантів управлінських рішень при їх виборі – альтернативні варіанти управлінських рішень призводять в порівняний вигляд за наступними факторами: часу, якості, рівню освоєння, методу отримання інформації, факторам ризику та невизначеності. Реалізуючи інноваційну діяльність підприємство повинно постійно приймати рішення про вибір однієї або декількох альтернатив. Для того, щоб рішення було чітко обґрунтованим, необхідно проводити постійне порівняння кожної з альтернатив за встановленими експертами критеріями.

Пропонується розглядати ці принципи в певній ієрархії корпоративних правил, яка дозволяє виокремити найбільш вагомими з них для підприємств, які керуються концепцією інноваційного маркетингу. Дана ієрархія представлена на рисунку 9.2.

Таким чином, найбільш вагомими є наступні:

1. Принцип орієнтації на споживачів – саме цей принцип лежить в основі місії підприємства, що функціонує на засадах інноваційного маркетингу.

2. Принцип орієнтації підприємства на інноваційний шлях розвитку – в його основі представлена головна сутність концепції інноваційного маркетингу – інновації (як продуктові і технологічні, так і маркетингові).

3. Принцип орієнтації на працівників – його виконання дозволяє підвищити ефективність і раціоналізувати процес генерації ідей інновацій на підприємстві, основними джерелами яких є його працівники.

Наступними за вагомістю є принцип забезпечення максимізації прибутку підприємства при одночасній максимізації добробуту кожного працівника, який доповнює принцип орієнтації на працівників, принцип збереження та розвитку конкурентних переваг, який передбачає процес постійного розвитку інноваційної та маркетингової діяльності як основних функцій підприємства.



Рисунок 9.2 – Ієрархія принципів управління підприємством на засадах інноваційного маркетингу

Всі інші принципи відносяться до нижньої ланки, які мають приблизно однакову вагомість для підприємств. Майже завжди вони є орієнтирами для будь-якого підприємства, не залежно від його концепції діяльності і основних цілей.

Інновації в маркетингу за частотою впровадження випереджають всі інші інновації. Це пов'язано з тим, що після того, як виробники зрозуміли важливість реалізації маркетингу на своїх підприємствах, вони почали шукати шляхи якомога кращого задоволення потреб споживачів і, відповідно, використовувати нові методи та інструменти маркетингу. Таким чином вони сподіваються обійти своїх конкурентів в боротьбі за ринок.

Одні інновації, а саме інновації в маркетингу, можуть викликати створення інших – товарних. Але, створення та розповсюдження товарних інновацій може призвести до появи інноваційних підходів в сфері маркетингу, наприклад – інноваційних стратегій ціноутворення, інноваційних методів просування, інноваційних методів маркетингових досліджень тощо. Тобто, як маркетингові інновації можуть викликати появу товарних, так і навпаки.

Підсумовуючи все вищевикладене можна зробити висновок, що концепція інноваційного маркетингу є провідною концепцією на сьогоднішній день, яка допоможе вітчизняним підприємствам здійснити різкий прорив в своїй діяльності та перейти на якісно новий рівень розвитку. Це дозволить

товаровиробникам вийти з цієї кризи, в якій вони зараз знаходяться, а також наздогнати за розмірами товарооборотів та прибутків іноземних підприємств, що працюють в даній галузі, а через деякий час - зайняти лідируючі позиції на ринку/ніші ринку.

Використання системи маркетингу інновацій на підприємстві необхідно поєднувати із застосуванням нових інформаційних технологій, організації інформаційних потоків, а також різних рекламних засобів. При здійсненні інноваційної діяльності потрібно враховувати також те, що:

- інновації повинні прив'язуватися до потреб споживачів, а не до досягнення технічної переваги як самоцілі;
- виведення на ринок інновації повинне супроводжуватися корисною інформацією про виріб, щоб споживачі могли зрозуміти, чому потрібно купувати саме той чи інший товар;
- перед виведенням інновації на ринок необхідно проводити глибокий маркетинговий аналіз;
- маркетинг повинен підкреслювати конкурентні переваги виробу.

Отже, здійснення господарської діяльності на засадах маркетингу інновацій дозволить підприємству знайти і реалізувати ринкові можливості інноваційного розвитку для підвищення рівня його конкурентоспроможності, закріпити ринкові позиції, підвищити ефективність функціонування, забезпечити умови тривалого виживання і розвитку.

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ

1. Чи тотожні поняття «інноваційний маркетинг» та «маркетинг інновацій»? В чому полягає їх різниця?
2. За якими ознаками класифікують маркетинг інновацій?
3. Які існують принципи управління підприємством? Розкрийте їх сутність.

ТЕМА 10 СТРАТЕГІЇ ТА БІЗНЕС-МОДЕЛІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

10.1 Особливості розроблення інноваційної стратегії розвитку підприємства

10.2 Складові стратегії інноваційного розвитку

10.3 Чинники та критерії вибору інноваційної стратегії

10.4 Взаємодія стратегій розвитку підприємства. Принцип паралельності розроблення інвестиційної і маркетингової стратегій інноваційного розвитку

10.5 Сучасні бізнес-моделі розвитку підприємства

10.1 Особливості розроблення інноваційної стратегії розвитку підприємства

На сучасному етапі розвитку економіки досягнення конкурентних переваг підприємствами як на вітчизняному, так і на зарубіжному ринках можливе лише за умови ефективного використання інтелектуальних ресурсів, впровадження сучасних наукомістких технологій, розробки якісно нової продукції, створення інновацій.

Тому для кожного підприємства постає питання розробки власної стратегії управління інноваційним розвитком, яка повинна базуватись на сформульованих концептуальних положеннях, що сприятимуть забезпеченню системності в процесі розробки самої інноваційної стратегії, створюватимуть умови для організації управління інноваціями та дозволять сформулювати ефективний інструментарій її реалізації.

Інноваційна стратегія фірми містить у собі прийняття рішень відносно спрямованості наукових досліджень та конструкторських розробок, використання здобутих результатів і фінансування з метою досягнення поставлених стратегічних економічних цілей на перспективу.

Інноваційна стратегія фірми в умовах конкуренції повинна не тільки забезпечити досягнення поставлених цілей, але й досягнути їх кращими результатами, інакше фірма не витримає конкурентної боротьби за ринок збуту своєї продукції.

Серед головних *особливостей* розроблення інноваційної стратегії розвитку слід виділити [1]:

1. *Специфіку методів ринкових досліджень, що передують розробленню нововведень (новацій).*

У багатьох випадках розроблення інновацій призводить до створення принципово нових товарів, розроблення нетрадиційних способів їх виробництва і реалізації і т.п. Це веде до того, що традиційні методи аналізу потреб і запитів споживачів для розроблення інновацій у багатьох випадках важко застосувати, тому доводиться вдаватися до специфічних методів, які важко формалізувати.

2. *Збільшення глибини прогнозування майбутнього розвитку подій як результату інноваційної діяльності.*

Характерною рисою інновації є те, що рішення про її розроблення найчастіше ухвалюється на основі аналізу ідеї, при цьому період часу від формулювання ідеї до її реалізації може бути досить значним. У той самий час помилки, допущені на даному етапі, можуть призвести до величезних втрат і навіть банкрутства. Тому необхідно прогнозувати майбутній розвиток подій на всіх етапах розроблення інновації і виведення її на ринок, що є дуже трудомістким і потребує значних фінансових ресурсів, але в той самий час гарантії позитивного результату дати не можна.

Єдино прийнятним виходом з цієї ситуації є розроблення прогнозу, який постійно уточнюється і коригується в міру розроблення інновації з деяким її випередженням. При цьому на якомусь етапі можливе одержання результату, який свідчить про необхідність припинення робіт з даної інновації і початок

розроблення інших ідей.

3. Різка збільшення обсягів інформації, що переробляється, безупинне її накопичення й аналіз з метою обґрунтованого ухвалення управлінських рішень, своєчасного реагування на можливості і загрози, що з'являються на ринку.

Прагнення до підвищення точності оцінки ситуації, пов'язаної з розробленням інновації і її виведенням на ринок, приводить до різкого лавиноподібного збільшення обсягів інформації, що враховується і аналізується. Особливо це стосується тих варіантів інноваційного розвитку, які передбачають розроблення і просування на ринку принципово нових видів товарів, оскільки такі проекти вимагають особливо ретельного обґрунтування внаслідок високого ступеня невизначеності їхньої результативності. При цьому вигоди від ухвалення рішень в умовах більшої визначеності можуть і не компенсувати витрат на одержання інформації. Тому проблема визначення необхідного і достатнього обсягу інформаційної бази стоїть досить гостро.

4. Багатоваріантний характер прогнозів, оскільки, як правило, розвиток подій може проходити декількома можливими напрямками, імовірності яких різні.

Дефіцит інформації приводить до того, що не можна однозначно сказати, яким буде результат від інновації. Це можна тільки припускати з певним ступенем імовірності. Необхідно брати в розрахунок альтернативний характер сценаріїв розвитку подій у майбутньому і розробляти кілька альтернативних варіантів стратегії (принаймні для найбільш ймовірних варіантів).

Для виділення сценаріїв розвитку й аналізу ситуацій, що виникають у випадку реалізації цих сценаріїв, уявляється доцільним застосування методів, що базуються на побудові дерева рішень [3], де гілками дерева є чинники, що спричиняють розвиток подій за тим чи іншим варіантом. Це дає можливість «перебрати» і проаналізувати різні поєднання чинників впливу, прогнозувати можливі наслідки та ймовірності їхньої реалізації.

5. Оцінку здатності підприємства сприймати інновації (аналіз інноваційного потенціалу).

Інноваційний розвиток передбачає безупинне розроблення, освоєння виробництва і виведення на ринок різних нововведень. Інноваційний процес потребує єдності технологічних, організаційних і соціальних нововведень, формування нових моделей використання наявних ресурсів.

З цього випливає, що підприємство, яке вибирає інноваційний шлях розвитку, повинне мати певний потенціал, достатній для його реалізації. Як *критерії* оцінки інноваційного потенціалу можна виділити:

- енергійне, гнучке керівництво, здатне йти на ризик;
- прогресивну організаційну структуру управління, орієнтовану на роботу в ринкових умовах;
- високу репутацію і його продукції в споживачів і партнерів;
- наявність інформації про тенденції змін потреб і запитів споживачів, уміння виявляти і прогнозувати приховані (майбутні) потреби і запити;
- добре знання можливостей і потенціалу конкурентів;

- наявність досвіду розроблення інновацій і їх просування на ринку, у тому числі досвіду формування збутової мережі;
- наявність патентів на технічні рішення і технології в обраній галузі діяльності;
- доступ до останніх досягнень науки і техніки в обраній галузі діяльності та суміжних галузях;
- кадровий потенціал (науковий, інженерний і робітничий);
- конкурентоспроможні технології і прогресивне устаткування;
- високу якість продукції і високу культуру виробництва;
- резерви виробничих площ і потужностей тощо.

б. Детальний аналіз чинників ризику й оцінка ступеня їхнього впливу.

Розроблення і виведення на ринок інновацій завжди пов'язані з високим ризиком. Основні *причини* цього:

- можливі різкі зміни економічної, політичної, соціальної, екологічної і інших складових середовища господарювання в процесі розроблення інновації та її просуванні на ринку;
- зміни споживчих запитів;
- несприйнятливості інновацій споживачами;
- непередбачуваність дій конкурентів;
- неадекватна оцінка власних можливостей виробництва і збуту;
- прискорення темпів науково-технічного прогресу, технологічні і технічні прориви і т. п.

У цих умовах необхідно особливо ретельно прогнозувати і кількісно оцінювати ризик інноваційної діяльності (на різних етапах її проведення) з урахуванням усього комплексу чинників ризику з метою розроблення комплексу заходів, спрямованих на зниження, компенсацію чи запобігання можливим негативним наслідкам. Причому цю оцінку доводиться вести в умовах дефіциту інформації, що вимагає специфічних методів оцінки ризику.

7. Ретельний добір методів і джерел фінансування інновацій, враховуючи детальний аналіз альтернативних варіантів.

Високий ризик інноваційної діяльності обумовлює певні ускладнення з пошуком джерел фінансування і відповідно специфіку їх фінансування. Зовнішні інвестори не охоче йдуть на фінансування інноваційних проектів, а фінансування за рахунок власних коштів для багатьох вітчизняних підприємств практично неможливе. В умовах перманентного бюджетного дефіциту сподіватися на державне фінансування також нереально.

Для фінансування інновацій перспективним є використання венчурного фінансування, яке в Україні поки що тільки зароджується за підтримки міжнародних фінансових організацій.

Можливе також використання багатоканального інвестування, залучення портфельних інвесторів, що містять ризикові проекти у свої диверсифіковані пакети в надії дістати високий прибуток на випадок удачі.

У будь-якому випадку для того, щоб зацікавити інвесторів, необхідні детальний аналіз інноваційного проекту, аналіз можливих сценаріїв розвитку подій, оцінка ризику.

Оскільки розвиток подій вже в ході реалізації інноваційного проекту може здійснюватися декількома напрямками (внаслідок впливу чинників зовнішнього і внутрішнього середовища господарювання), то інноваційна стратегія з метою мінімізації ризику повинна передбачати поетапне фінансування і можливість модифікації структури джерел інвестування у випадку зміни умов реалізації проекту, а також зміни умов фінансування. Ця модифікація (відмова від одних із попередньо визначених джерел і залучення інших і/чи зміна пропорцій ресурсів, які мобілізуються з різних джерел) повинна бути адекватною новій ситуації, новому сценарію розвитку подій.

Поетапне фінансування дозволяє не ризикувати всіма коштами відразу, дає певну гнучкість у формуванні структури джерел фінансування інновацій. Однак тут необхідно підтримувати певний компроміс між перевагами і недоліками гнучкого управління формуванням структури інноваційних ресурсів і перевагами і недоліками фінансування, наприклад, на умовах довгострокового кредитування.

8. Тісне ув'язування цілей, етапів і термінів реалізації стратегії з прогнозованими параметрами стадій життєвого циклу нововведення.

З огляду на викладене вище в пункті 7, це означає, що етапи фінансування інновацій повинні відповідати стадіям життєвого циклу нововведення, починаючи з формулювання його ідеї і закінчуючи етапом виведення на ринок і пошуком ідеї наступної новації.

У більш широкому розумінні це означає, що стратегія повинна забезпечувати ефективний розподіл і використання ресурсів, і адаптацію інноваційного процесу стосовно до умов, які змінюються на різних стадіях життєвого циклу нововведення [2]. Оскільки одне нововведення з часом повинне замінити інше, а основу зміни їх поколінь необхідно готувати заздалегідь, то, по суті, стратегія інноваційної діяльності має циклічний характер, тривалість циклу залежить від тривалості життєвого циклу конкретних інновацій. При цьому новий цикл звичайно починається з моменту виведення інновації на ринок, у цей самий час паралельно починається робота над наступною інновацією і т.д.

9. Високі мобільність і адаптивність стратегії, можливість її оперативної переорієнтації стосовно до змін умов зовнішнього і внутрішнього середовища господарювання.

Інвестиційний та інноваційний клімат в Україні характеризується частими змінами пріоритетів і умов проведення даного виду діяльності, які відбуваються як внаслідок об'єктивних причин, так і внаслідок суб'єктивних дій осіб (груп осіб), що ухвалюють рішення на державному і регіональному рівнях. У цих умовах неминучі корективи інноваційних стратегій конкретних підприємств, аж до зміни пріоритетів в орієнтації на конкретні напрями діяльності. Тому інноваційна стратегія повинна будуватися таким чином, щоб без дорогих і тривалих доробок орієнтувати інноваційну діяльність підприємства на ефективну роботу в нових умовах. Це може бути досягнуто шляхом глибокого аналізу різних сценаріїв розвитку подій і розроблення відповідних альтернативних варіантів стратегій, а також способів

трансформації одного варіанта стратегії в інший з мінімальними втратами часу і коштів. Збільшення витрат на розроблення такої адаптивної стратегії буде багаторазово компенсовано в ході прискореної адаптації до практично неминучих змін умов господарської діяльності.

10. *Необхідність оцінки інноваційної стратегії за комплексом різних критеріїв (багатокритеріальна оцінка стратегії).* Кожен з них враховує різні чинники, що підвищує точність оцінки, знижує ймовірність упустити щонебудь.

Урахування визначених особливостей дозволить підвищити ефективність розроблення інноваційних стратегій розвитку підприємств, сформувані моделі їхнього інноваційного розвитку, ефективно управляти інноваційними процесами на рівні окремих суб'єктів господарської (підприємницької) діяльності [5].

10.2 Складові стратегії інноваційного розвитку

Нижче наведено складові стратегії інноваційного розвитку фірми за рядом напрямків (табл. 5.1) [5].

Таблиця 5.1 – Складові стратегії інноваційного розвитку

Напрямки стратегії	Заходи
Цільовий ринок	Збільшити частку ринку, зробивши ставку на зацікавлених споживачів конкретної продукції
Позиція товару	Забезпечити привабливість послуг за рахунок збільшення гарантійного терміну експлуатації і надання комплексів послуг
Асортимент товару	Розширення номенклатури послуг і підтримки високої конкурентоспроможності з метою окупації ринкових сегментів, які можуть зайняти конкуренти
Ціноутворення	Проводити політику гнучких цін, здатних швидко реагувати на зміни цін конкурентів і переваг споживачів. Розробити програму зі зниження цін
Реклама	Розгорнути нову рекламну кампанію, орієнтовану на цільовий ринок, з урахуванням стратегії щодо положення товару на ринку. Перерозподілити витрати на рекламні заходи на користь стимулювання цільових споживачів
Просування товару	Збільшити бюджет на просування товару; брати активну участь у виставках та інших формах просування товару
Стимулювання збуту	Розробити процедуру надання продукції в кредит, а також систему гнучких знижок та надбавок залежно від умов надання послуг
Маркетингові дослідження	Замовити аналіз ринку товару, що виробляється, фірмі, яка спеціалізується на проведенні маркетингових досліджень

10.3 Чинники та критерії вибору інноваційної стратегії

Науково обґрунтований пошук рішень з вибору конкретного варіанта стратегій повинен базуватися на урахуванні таких основних *чинників*:

- характеристик зовнішнього середовища (економічної, технологічної, політичної, соціальної, правової, екологічної та інших його складових) з огляду на існуючі й очікувані тенденції розвитку;
- регіональних і галузевих особливостей інноваційного розвитку;
- форми власності й організаційно-правової форми господарювання суб'єкта господарської діяльності;
- особливостей функціонування конкретного суб'єкта господарської діяльності, його виробничо-збутового, кадрового, інвестиційного й інноваційного потенціалу;
- порівняльної ефективності функціонування розглянутих варіантів структури управління процесами інвестування розвитку на базі інновацій.

При цьому як критерії *оцінки* і вибору можуть бути запропоновані такі:

- відповідність зовнішнім і внутрішнім умовам функціонування суб'єкта господарювання (з огляду на регіональні особливості), відповідність загальній економічній стратегії його розвитку;
- відповідність цілям інноваційного розвитку;
- оптимальне співвідношення між складовими елементами і функціями, які вони реалізують;
- здатність гнучко перебудовуватися відповідно до змін умов функціонування;
- функціональна ефективність;
- інформаційна прозорість.

Цей перелік може бути розширений, однак використання перерахованих оцінних критеріїв є обов'язковою умовою формування ефективної інноваційної стратегії, особливо на рівні конкретного суб'єкта господарювання (мікрорівні).

Урахування зазначених особливостей дозволить цілеспрямовано формувати стратегії розвитку підприємств, орієнтувати їх на перехід до інноваційного науково-технічного шляху розвитку в процесі досягнення їхніх стратегічних цілей.

10.4 Взаємодія стратегій розвитку підприємства. Принцип паралельності розроблення інвестиційної і маркетингової стратегій інноваційного розвитку

В умовах ринку діяльність практично будь-якого суб'єкта господарської діяльності значною мірою визначається зовнішніми умовами, у першу чергу потребами і запитамі споживачів, діяльністю конкурентів і ділових партнерів і т. п. Тому формування системи довгострокових цілей загальноекономічної діяльності відбувається в результаті прогнозування можливих змін параметрів зовнішнього середовища і зіставлення їх зі стратегічним потенціалом суб'єкта господарювання.

У сформованій в такий спосіб системі цілей (за кожним напрямком розвитку: науково-технічна діяльність, виробництво, постачання, збут, фінанси і т.д.), підлеглий загальній стратегічній меті (стратегічною метою може бути, наприклад, стійкий розвиток підприємства відповідно до обраної місії протягом тривалого періоду часу), займають своє місце і цілі інвестиційної, маркетингової, виробничої, збутової, цінової, організаційної й інших стратегій (рис. 10.1).



Рисунок 10.1 – Складові загальної економічної стратегії розвитку суб'єкта господарської діяльності [6]

Серед функціональних сфер організаційної структури управління суб'єкта господарювання провідними є маркетинг і інвестиційна діяльність, оскільки саме ці сфери визначають стратегію розвитку підприємства. Вони ж багато в чому визначають і зміст інноваційної стратегії, приводячи у відповідність виявлені варіанти розвитку ринкових можливостей і їхнє ресурсне забезпечення.

Інвестиційна стратегія інноваційного розвитку – це динамічний процес ресурсного забезпечення підприємства, що розвивається (насамперед на базі нових технологій, нових способів організації виробництва і управління, нових товарів і способів їхньої реалізації і т.д.), в умовах зовнішнього середовища, що змінюються.

Маркетинг як загальна методологія ринкової діяльності суб'єкта господарювання орієнтує його на виявлення, аналіз і урахування чинників, що впливають на виробництво продукції – виробів або послуг, і її просування на ринку до споживача, створення і стимулювання попиту.

У рамках інвестиційної стратегії розробляють підходи до ресурсного забезпечення реалізації наявних ринкових можливостей інноваційного розвитку, у т. ч. формування оптимальної структури інвестицій, пошук найбільш ефективних напрямків їхнього вкладення – з точки зору максимізації доходу і мінімізації ризику.

При цьому інвестиційна стратегія [4] має певну подвійність.

З одного боку, пошук варіантів інвестування в інноваційний розвиток виконується в рамках формування загальноекономічної стратегії. Тобто інвестиційна стратегія інноваційного розвитку є підлеглою до загальноекономічної стратегії суб'єкта господарювання (поряд з маркетинговою, виробничою, збутовою, фінансовою, кадровою й іншими функціональними стратегіями).

З іншого боку, формування інвестиційної стратегії інноваційного розвитку (під нею слід розуміти стратегію залучення інвестиційних ресурсів конкретним суб'єктом господарської діяльності) виконується шляхом аналізу існуючих і потенційних джерел і механізмів фінансування інновацій, які він може задіяти, що, у свою чергу, впливає на загальну економічну стратегію й у ряді випадків приводить до її коригування.

Узгодження загальноекономічної стратегії розвитку підприємства й інвестиційної виконується за схемою, наведеною на рисунку 10.2.

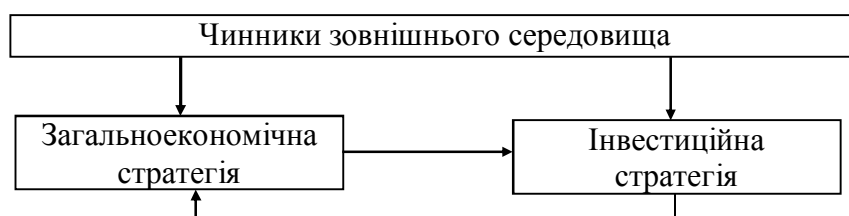


Рисунок 10.2 – Схема взаємодії загальноекономічної і інвестиційної стратегій інноваційного розвитку

Для суб'єктів господарської діяльності управління інноваційною діяльністю означає управління розвитком ринкових можливостей, де інновації є джерелом розвитку, а інвестиції – джерелом його ресурсного забезпечення, при цьому відбувається формування цільових ринків суб'єктів господарювання шляхом розвитку існуючих або створення нових на базі інновацій.

Таким чином, у процесі розроблення маркетингової й інвестиційної стратегій відбувається формування найбільш загальних, стратегічних підходів до реалізації цілей загальноекономічної стратегії інноваційного розвитку суб'єкта господарської діяльності. Інші функціональні стратегії (див. рис. 10.1) деталізують ці підходи стосовно конкретних напрямків і сторін його діяльності. Формування функціональних стратегій відбувається в рамках загальноекономічної стратегії інноваційного розвитку (відповідно до сформованих стратегічних підходів) з урахуванням можливостей їхнього інвестиційного забезпечення. У процесі формування конкретних функціональних стратегій можливе коригування інвестиційної стратегії і через неї загальноекономічної. Тобто узгодження функціональних стратегій розвитку відбувається за допомогою інвестиційної. Схема такої взаємодії наведена на рисунку 10.3.

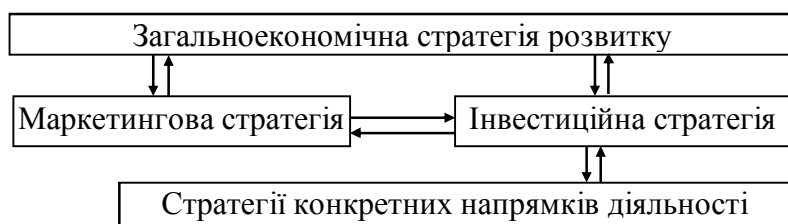


Рисунок 10.3 – Схема взаємозв'язків стратегій розвитку підприємства

Наведена схема показує, що маркетингова стратегія й інвестиційна стратегія повинні розроблятися практично одночасно, взаємно узгоджуючи можливості інноваційного розвитку і можливості його ресурсного забезпечення, при цьому в процесі їх розроблення відбувається уточнення загальної економічної стратегії розвитку суб'єкта господарської діяльності, формуються стратегічні підходи до розроблення інших функціональних стратегій. Отже, інвестиційну діяльність суб'єктів господарювання слід розглядати в нерозривному зв'язку з їхньою маркетинговою діяльністю щодо виявлення, аналізу і реалізації проектів інноваційного розвитку існуючих і перспективних ринкових можливостей.

Тому *методологічний принцип паралельності розроблення маркетингової й інвестиційної стратегій інноваційного розвитку суб'єктів господарської діяльності* полягає у тому, що розроблення маркетингової й інвестиційної стратегій повинне виконуватися паралельно й узгоджено, щоб кожен з намічених у маркетинговій стратегії напрямків інноваційного розвитку був забезпечений відповідними інвестиційними ресурсами. Відповідно прийняті напрямки інвестування повинні розширювати ринкові можливості інноваційного розвитку суб'єкта господарювання і стимулювати їх реалізацію.

Дійсно, розвиваючись інноваційним шляхом, суб'єкт господарювання змушений удосконалювати свою виробничу базу, систему матеріально-технічного забезпечення, оптимізувати структуру збутової мережі і систему руху товарів, адаптуючи їх до змін ситуації на ринку. Одночасно з цим відбувається перебудова організаційних структур управління, набувають досвіду його робітники, фахівці і керівники, налагоджується система зв'язків з економічними контрагентами, створюється і зміцнюється імідж і т. п., тобто зростає його інноваційний потенціал. Тим самим розширюються адаптаційні можливості суб'єкта господарської діяльності до змін ринкового середовища. Тобто суб'єкт господарювання зможе реалізувати нові ринкові можливості, проникнути в нові сфери діяльності, які раніше для нього були недоступними. Кожна наступна успішно реалізована інновація розширює його можливості, природно завжди є певна межа розвитку, принаймні за масштабами діяльності.

Дотримання принципу паралельності дозволить уникнути ситуацій, коли виявлені ринкові можливості неможливо реалізувати через відсутність ресурсів. Паралельність розроблення маркетингової й інвестиційної стратегій дає можливість оперативно оцінити перспективи ресурсного забезпечення виявлених варіантів інноваційного розвитку і за відсутності таких перейти до розгляду альтернативних варіантів.

Для перспективних з погляду можливостей ресурсного забезпечення варіантів паралельність маркетингової й інвестиційної стратегій означає скорочення термінів їх розроблення, зменшення витрат, оскільки можливі протиріччя і розбіжності можна оперативнo і вчасно виявити й усунути ще на попередніх стадіях [5, 6].

10.5 Сучасні бізнес-моделі розвитку підприємства

Бізнес-моделі відносяться до числа нових концепцій сучасного підприємництва та стратегічного управління.

Говорячи про бізнес-моделі, найчастіше мають на увазі три аспекти: елементи бізнес-моделі, поширені приклади операційних бізнес-моделей та механізм зміни бізнес-моделі в ринкових умовах. В загальному розумінні бізнес-модель описує, як компанія позиціонує себе в ланцюжку створення цінності у межах своєї галузі та яку модель створення прибутку та генерування доходу вона обрала. Отже, в узагальненому трактуванні бізнес-модель – це метод стійкого ведення бізнесу [7,10].

У сучасному ринковому середовищі, характерними рисами якого є швидкі зміни і гіперконкуренція, перед кожним підприємством постає складне завдання формування прибуткової та стійкої моделі бізнесу. В динамічних умовах зовнішнього ринку поточна бізнес-модель фірми постійно є об'єктом атак з боку нових бізнес-моделей конкурентів. Тому все більш очевидним стає факт, що тривалість життєвого циклу бізнес-моделі скорочується. Підприємство повинно безперервно контролювати стратегічні точки змін у галузі та оновлювати свою бізнес-модель для забезпечення стійкого та ефективного розвитку.

Я показує досвід функціонування зарубіжних та деяких вітчизняних компаній, стабільне зростання та успіх у бізнесі залежать від уміння створювати і безперервно удосконалювати власну бізнес-модель. Підприємствам необхідно застосовувати венчурну ринкову технологію ведення бізнесу, що в літературі прийнято називати концепцією «інтелектуального лідерства». Таким чином, **сучасна бізнес-модель** є такою конструкцією, що трансформує інноваційні технології в економічні вигоди для підприємства та високу споживчу цінність для клієнтів [8].

В інноваційному контексті **бізнес-модель**, це – концептуальний інструмент для дослідження складного об'єкта (бізнес-системи), що відображає логіку бізнесу. Він характеризує основні елементи бізнесу, їх відношення і систему зв'язків(механізм) об'єкта із зовнішнім середовищем, що дозволяє створити цілісне уявлення про бізнес.

Враховуючи це, можна зробити висновок, що у бізнес-моделі повинні гармонійно пов'язуватись такі основні компоненти: пропозиція споживчої цінності, сегмент ринку, структуру ланцюжка створення цінності, модель отримання доходів і прибутку, стратегія розвитку бізнесу.

Економічна сутність бізнес-моделі проявляється через такі її функції:

- дослідження пріоритетів споживачів для визначення перспективного рівня споживчої цінності продуктів (послуг);
- визначення ринкового сегменту, тобто споживачів, для яких створена і на яких націлена інноваційна технологія створення споживчої цінності;
- формулювання стратегії, визначення ключових компетенцій, стратегічних ресурсів і конкурентних переваг, якими володіє компанія.
- дослідження ланцюжка створення цінності;
- оцінка структури вартості і моделі генерування доходу та прибутку від розміщення пропозиції продуктів і послуг з інноваційною споживчою цінністю.

Останніми роками серед підходів до формування бізнес-моделі популярною стала концепція «блакитного океану», суть якої виявляється у виході із традиційного конкурентного простору та створення нової ринкової ніші. Розвитком цих ідей в останній період стала концепція створення «білого простору» (автор М. Джонсон, 2010 р.) – технологія побудови інноваційної моделі бізнесу досягається завдяки детальній розробці, плануванню та посиленню чотирьох головних факторів: основних ресурсів та бізнес-процесів підприємства, пропозиції споживчої цінності та моделі отримання прибутку [9].

За умови, коли ринок змінюється, підприємство зіштовхується з необхідністю впровадження нової бізнес-моделі. Моделі розвитку та розширення бізнесу можуть мати пряму та зворотну інтеграцію. Компанії свідомо та цілеспрямовано рухаються до нової операційної моделі і ніколи не повертаються до старого зразка чи шаблону.

Підсумовуючи, варто сказати, що бізнес-модель є сучасним прогресивним інструментом реалізації стратегії підприємства в умовах динамічного та непередбачуваного ринкового середовища. Використання технології бізнес-моделювання в умовах вітчизняного бізнесу є сьогодні перспективним аспектом наукових досліджень та практичної апробації.

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ

1. Назвіть основні особливості розробки інноваційної стратегії розвитку в нестабільному ринковому середовищі. В чому полягає їх сутність?
2. Перелічіть складові стратегії інноваційного розвитку.
3. Чинники та критерії ефективності інноваційної стратегії.
4. В чому полягає принцип паралельності розроблення інвестиційної і маркетингової стратегій інноваційного розвитку?
5. Розкрийте сутність бізнес-моделі розвитку підприємства. Назвіть її функції.
6. Які існують концепції формування бізнес-моделей?

ТЕМА 11 ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних умовах основним засобом підтримки високих темпів розвитку й досягнення необхідного рівня прибутковості суб'єктами господарювання стає постійне впровадження ними інновацій.

Активізація інноваційного розвитку є одним з найголовніших факторів виживання вітчизняних суб'єктів господарювання в умовах жорстокої конкурентної боротьби.

У цьому зв'язку особливої актуальності набуває розгляд комплексу питань щодо інноваційної діяльності підприємств і, зокрема, інноваційного потенціалу як системного показника, що характеризує рівень ефективності підприємства у реалізації стратегії інноваційного розвитку і який визначає рівень інноваційних можливостей усіх суб'єктів господарської діяльності.

Тому підприємствам в Україні слід приділяти більшу увагу вивченню питань сутності та складових власного інноваційного потенціалу. До того ж, успішне управління інноваційним потенціалом у сучасних умовах слід розглядати як умову забезпечення високого рівня конкурентоспроможності підприємства, а отже власне його існування.

Інноваційний потенціал комплексно характеризує можливості будь-якого підприємства здійснювати інноваційну діяльність. Саме тому управління інноваційним потенціалом є однією з найважливіших задач для будь-якого підприємства, адже ефективність діяльності на ринку в умовах жорстокої конкурентної боротьби залежить перш за все від спроможності нарощувати й активно використовувати організаційні, технічні, маркетингові та інші інноваційні можливості, які складають інноваційний потенціал.

Відтак, кожне підприємство повинно прагнути до формування відповідного інноваційного потенціалу, під яким розуміють здатність підприємства забезпечувати виробничі процеси новими технікою, технологією та спроможністю випускати нові товари (послуги).

Під інноваційним потенціалом прийнято розуміти економічні можливості підприємства по ефективному залученню нових технологій у господарський оборот. До таких можливостей можна віднести інтелектуальні, матеріальні, фінансові, кадрові та інфраструктурні ресурси.

Поняття «інноваційний потенціал» має широке коло визначень, а саме:

інноваційний потенціал – це сукупність різних видів ресурсів, включаючи матеріальні, фінансові, інтелектуальні, інформаційні та інші ресурси, необхідні для здійснення інноваційної діяльності [1];

інноваційний потенціал підприємства являє собою сукупність інноваційних ресурсів, які перебувають у взаємозв'язку, та умовозабезпечуючих чинників (процедур), які створюють необхідні умови для оптимального використання цих ресурсів з метою досягнення відповідних орієнтирів інноваційної діяльності та підвищення конкурентоспроможності підприємства в цілому [2].

інноваційний потенціал – це міра готовності виконати завдання, які забезпечують досягнення поставленої інноваційної цілі, тобто міра готовності до реалізації інноваційного проекту або програми інноваційних перетворень і впровадження інновації [4].

Таким чином, існують різні підходи до тлумачення цього поняття. Одні автори роблять наголос на наявності ресурсів, інші на можливості їх використання. Але більшість керується так званим ресурсним підходом, тобто

уявляє інноваційний потенціал як сукупність ресурсів, виділяючи найчастіше такі її елементи, як кадрова, інформаційно-методологічна, організаційна й матеріально-технічні складові. Такий підхід до трактування інноваційного потенціалу не достатній, саме це і стало поштовхом до вдосконалення визначення цієї категорії.

Від величини інноваційного потенціалу залежить вибір тієї або іншої стратегії інноваційного розвитку. Так, якщо у підприємства є всі необхідні ресурси, то воно може піти по шляху стратегії лідера, розробляючи й впроваджуючи принципово нові або базисні інновації. Якщо інноваційні можливості обмежені, то доцільно їх нарощувати й обирати стратегію послідовника, тобто реалізовувати поліпшуючі технології.

Для постійного відновлення інноваційного потенціалу слід здійснювати безперервний моніторинг інноваційної діяльності як в межах підприємства, так і на рівні галузі, регіону, країни тощо.

Моніторинг інноваційної діяльності – систематичний збір, обробка та аналіз інформації про перебіг інноваційних процесів, практичні наслідки заходів щодо стимулювання і регулювання інноваційної діяльності в країні (регіоні, галузі, на підприємстві), результати реалізації пріоритетних напрямів інноваційної діяльності.

Але, беручи до уваги особливості й тенденції, що позначилися у сучасних умовах господарювання, коли економічний ріст усе більше й більше залежить від здатності генерувати високу інноваційну активність, поняття «інноваційного потенціалу підприємства», варто розширити.

Сьогодні при виборі тієї або іншої стратегії розробки й впровадження нових технологій недостатньо обмежуватися оцінкою й обліком факторів тільки інноваційної сфери. У цей час такий підхід є неефективним. Причиною тому є різке скорочення строку життя інновацій, що викликає підвищення інтенсивності появи на ринку все нових і нових товарів і послуг. Практично щоденне відновлення асортиментних рядів на окремих товарних ринках приводить до того, що інноваційні товари, або сьогоднішні новинки, назавтра такими не є. На їхню зміну приходять інші інновації. У виробництві за таких умов нові технології дуже швидко стають поточними або навіть застарілими продуктами. Тому сьогодні при розробці стратегій інноваційного розвитку й визначенні інноваційного потенціалу підприємства варто оцінювати не тільки можливості інноваційної сфери, але й аналізувати достатність ресурсів для поточного виробництва інновацій. Мова іде про проблему одночасного фінансово-економічного забезпечення виробництва недавно створених інновацій, або існуючих продуктів, і розвитку нових.

Таким чином, під інноваційним потенціалом підприємства в сучасних умовах варто розуміти його максимальні можливості генерувати високу інноваційну активність. Важливою складовою будь-якої інновації є інноваційний потенціал, тому кожному суб'єкту господарювання необхідно знати теоретичні основи, закономірності процесу формування, структуру, джерела зростання, методи оцінки й напрями ефективного використання такого потенціалу. Вільне володіння цими питаннями дасть змогу їм об'єктивно

оцінювати свої можливості, розробляти нові напрями інноваційної діяльності, формувати ефективну стратегію інноваційного розвитку.

Необхідною складовою дослідження інноваційного потенціалу підприємства є: проведення аналізу понятійно-категоріального апарату інноваційного менеджменту; визначення та систематизація факторів, що впливають на формування та реалізацію інноваційного потенціалу підприємства; ідентифікація особливості інноваційної діяльності; формулювання теоретичної основи комплексної оцінки інноваційного потенціалу підприємства; розробка методики загальної діагностики інноваційного потенціалу, яка дозволяє виявити його поточний стан і пріоритети інноваційної діяльності на підприємстві.

У процесі дослідження сутності інноваційного потенціалу підприємства та основних методичних підходів до його структури [7] доцільно виділяти такі основні складові: інституційну (управлінсько-організаційну), якісну (ресурсну), цільову, інвестиційно-фінансову та результативну.

Інституційна (управлінсько-організаційна) визначається авторами як інститути, або суб'єкти інноваційної діяльності, які забезпечують: внутрішні процеси інноваційної діяльності (винахід і виробництво нового продукту), безпосереднє впровадження нових технологій, взаємозв'язок об'єкта дослідження (підприємства) як з наукою, яка надає прогресивні ідеї і вже оформлені інноваційні розробки, так і з ринком, який споживає готовий продукт, а також методами, засобами організації управління інноваційним процесом.

Якісна (ресурсна) складова визначається сукупністю матеріально-технічних та інтелектуальних ресурсів і можливостей підприємства. Вона залежить від можливостей використання кожного одиничного господарського ресурсу в інноваційному процесі. Головним принципом виділення ресурсних елементів потенціалу є їх функціональна роль в інноваційному процесі [5].

Цільова складова містить у собі показники ринкових можливостей підприємства на основі розробленої стратегії і тактики діяльності, а також вектори спрямування наявних та потенційних елементів його потенціалу.

Інвестиційно-фінансова – це такий структурний елемент інноваційного потенціалу, який показує і забезпечує зворотний вплив і зв'язок всіх складових інноваційного потенціалу (потенціалу підприємства) на формування матеріальних і нематеріальних активів, наближення витрат на інноваційну діяльність до оптимальних показників, результати від інноваційної діяльності та їх граничні величини тощо [3].

Результативна складова – це реальний фактичний інноваційний продукт, отриманий в інноваційному процесі, тобто досягнутий рівень потенціалу [3, 5, 6].

Отже, інноваційний потенціал – сукупність науково-технологічних, виробничих, фінансово-економічних, соціальних та культурно-освітніх можливостей країни (галузі, регіону, підприємства), необхідних для забезпечення інноваційного розвитку економіки.

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ

1. Дайте визначення категорії «інноваційний потенціал» та його складовим.
2. У чому полягає необхідність інноваційного відтворення потенціалу підприємства?

ТЕМА 12 ІНВЕСТИЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

12.1 Економічна сутність інвестицій та інвестиційне забезпечення підприємства

12.2 Види і джерела фінансування інноваційної діяльності

12.3 Джерела фінансування інноваційних інвестицій

12.4 Економічна сутність інвестицій та інвестиційне забезпечення підприємства

Дослідження проблем інвестиційного забезпечення функціонування та розвитку підприємств знаходиться в центрі уваги економічної науки. Це зумовлено потребою заміни застарілої матеріально-технічної бази підприємств, реконструкції їх виробничих потужностей, освоєння виробництва нових видів продукції задля збереження стійкого стану виробничо-економічної системи на ринку. Досягнення цієї мети вимагає додаткових ресурсів. Тому однією з найбільш важливих умов реалізації основних завдань поліпшення розвитку виробничо-економічної системи, зокрема, підвищення ефективності діяльності підприємства є здійснення інвестицій.

Дослідженню проблеми інвестиційного забезпечення інноваційної діяльності приділяється значна увага в наукових працях та дослідженнях багатьох вітчизняних і зарубіжних вчених-економістів таких, як С. Абрамов, А. Анчишкин, Ю. Бажал, П. Бубенко, І. Бузько, Л. Водачек, А. Гальчинський, В. Геєць, В. Гриньова, М. Крупка, В. Пономаренко, І. Сазонець, Б. Санто, В. Семиноженко, Б. Твісс, М. Хучек, Й. Шумпетер, Ю. Яковець, О. Ястремська та ін.

Інвестиції виконують важливу стратегічну роль в забезпеченні розвитку підприємства, зокрема: інвестиції є основним джерелом при формуванні виробничого потенціалу підприємства; інвестиції – це механізм для реалізації стратегічних цілей; за допомогою інвестицій здійснюється оптимізація структури активів; вони є основним елементом при формуванні довгострокової структури капіталу; за рахунок інвестицій з'являється можливість розширення виробництва та ін.

Поняття «інвестиція» є первинною категорією, базою побудови ієрархії інших категорій, що відображають відтворення основного та оборотного капіталів. Сам термін «інвестиція» походить від латинського слова «invest», що означає «вкладати».

Інвестиції переважно сприймаються як будь-яке вкладення грошей, часто не пов'язане із досягненням суб'єктами інвестування поставлених цілей («споживчі інвестиції» (купівля телевізорів, автомобілів і т.п.), які за своїм економічним змістом не є інвестиціями, оскільки витрачання грошей в цьому випадку пов'язане із забезпеченням довгострокового споживання, починаючи з поточного періоду (якщо їх придбання не передбачає подальший перепродаж з метою отримання прибутку), не розрізняються інвестиційні витрати фінансових засобів і поточні витрати).

Деякі існуючі визначення пов'язують інвестиції виключно з приростом капіталу або отриманням поточного доходу, хоча інвестиції можуть мати на меті як економічні, так і позаекономічні цілі вкладення капіталу.

Найчастіше поняття «інвестиції» ототожнюють з поняттям «капітальні вкладення» (вкладення капіталу у відтворення основних засобів) але інвестиції можуть здійснюватися й у приріст обігових активів, в різноманітні фінансові інструменти, в окремі види нематеріальних активів. Отже, капітальні вкладення є однією із форм інвестицій, але не як їх вичерпне визначення.

Інвестиції це:

- об'єкт економічного управління;
- найактивніша форма залучення нагромадженого капіталу в економічний процес;
- можливість використання нагромадженого капіталу у всіх його альтернативних формах;
- альтернативна можливість вкладення капіталу в будь-які об'єкти господарської діяльності;
- джерело генерування ефекту підприємницької діяльності;
- об'єкт ринкових відносин;
- об'єкт власності і розпорядження;
- об'єкт надання переваги в часі;
- носій фактора ризику;
- носій фактора ліквідності.

Інвестиції підприємства – це вкладення капіталу в усіх його формах в різноманітні об'єкти (інструменти) його господарської діяльності з метою отримання прибутку, а також досягнення іншого економічного або позаекономічного ефекту, здійснення якого базується на ринкових принципах і пов'язане з факторами часу, ризику та ліквідності.

Об'єктами інвестиційної діяльності можуть бути будь-яке майно, в тому числі основні фонди й оборотні кошти в усіх галузях та сферах економіки, цінні папери, цільові грошові вклади, науково-технічна продукція, інтелектуальні цінності, інші об'єкти власності, а також майнові права.

Суб'єктами (інвесторами та учасниками) інвестиційної діяльності можуть бути громадяни і юридичні особи України та іноземних держав, а також держави.

Інвестори – суб'єкти інвестиційної діяльності, які приймають рішення про вкладення власних, позичкових і залучених майнових та інтелектуальних цінностей в об'єкти інвестування.

Інвестори можуть виступати в ролі вкладників, кредиторів, покупців, замовників і виконувати функції будь-якого учасника інвестиційної діяльності. Учасниками інвестиційної діяльності можуть бути громадяни та юридичні особи України, інших держав, які забезпечують реалізацію інвестицій, як виконавці замовлень, або на підставі доручення інвестора.

Інвестиційна діяльність підприємства є одним із самостійних видів його господарської діяльності і найважливішою формою реалізації його економічних інтересів.

Інвестиційна діяльність підприємства – це цілеспрямований процес формування необхідних інвестиційних ресурсів, збалансований відповідно до обраних параметрів інвестиційної програми (інвестиційного портфеля) на основі вибору ефективних об'єктів (інструментів) інвестування та забезпечення їх реалізації.

Здійснення інвестиційної діяльності на підприємствах сприяє зростанню їх економічного потенціалу і забезпечує розвиток економіки виробничо-економічних систем. Отже, інвестиції є одним із способів забезпечення інноваційних процесів підприємства. Одними з складових реальних інвестицій є інноваційні інвестиції та інтелектуальні інвестиції.

Найчастіше під **«реальними інвестиціями»** розуміють ті економічні ресурси, які направляються на збільшення реального капіталу, тобто на розширення або модернізацію виробничого процесу.

На думку А. Пересади **інноваційні інвестиції** – це вкладання у нововведення. Він вважає, що при стабільній економіці всі інвестиції повинні бути водночас інноваціями. За умов кризи можливі інвестиції на підтримку діючих технічно відсталих виробничих фондів [2, с. 14].

Висвітлення сутності інвестицій потрібно здійснювати в контексті проблеми інноваційного розвитку підприємства: вкладання всіх видів цінностей у господарський комплекс підприємства з метою одержання доходу як засобу нагромадження капіталу для забезпечення його інноваційного розвитку. Тому не можна погодитися з думкою, що «за стабільної економіки всі інвестиції мають бути водночас інноваціями», оскільки саме в цьому і простежується взаємозв'язок між інвестиційною та інноваційною діяльністю, які формують основу інноваційного розвитку підприємства.

Ключовими елементами системи інвестиційного забезпечення розвитку підприємства є: інвестиційне середовище як сукупність внутрішніх та зовнішніх чинників, що впливають на інвестиційний процес; інвестиційний потенціал як сукупна можливість чинників інвестиційного середовища реалізовувати свої можливості, тобто інвестиційні ресурси, і забезпечувати в часі стійкий розвиток підприємств; інвестиційний клімат як система соціальних, економічних, правових, організаційних та інших відносин, які визначають доцільність інвестиційних процесів на підприємствах і впливають на відтворення капіталу.

В наукових працях Т. Лейберт **інвестиційний процес** розглядається як розгорнута в часі сукупність дій з пошуку найбільш вигідних інвестиційних рішень, що пов'язані з участю інвестора в управлінні об'єктом інвестицій з

метою отримання інвестиційного доходу в умовах певного інвестиційного середовища. Основним інструментом при цьому є інвестиційна діяльність, яка виступає як діяльність суб'єкта інвестицій з приводу організації реалізації і управління інвестиційним процесом. Вона вважає, що інвестиційну діяльність потрібно розглядати як систематизовану сукупність принципів і правил, що визначають форму та зміст економічних відносин в процесі інвестування з метою забезпечення існування об'єкта в майбутньому [1].

М. Денисенко, А. Гречан під **системою інвестиційного забезпечення інноваційної діяльності** розуміють сукупність економічних відносин, які виникають у зв'язку з пошуком, залученням і ефективним використанням інвестицій, а також організаційно-управлінські принципи, методи і форми їх впливу на життєдіяльність інновацій. Вони зазначають, що метою інвестування інноваційної діяльності є ресурсне забезпечення позитивних структурних інноваційних зрушень в економіці [3, с.181].

Т. Товт визначення поняття **«система інвестиційного забезпечення інноваційної діяльності підприємств»** трактує як сукупність економічних відносин, що виникають у зв'язку з пошуком, залученням і використанням інвестиційних ресурсів, необхідних для інвестування різних напрямів інноваційної діяльності підприємств з урахуванням наявних внутрішніх обсягів цих ресурсів та можливості залучення їх із зовнішніх джерел [4].

На основі узагальнення різноманітних поглядів на визначення сутності інвестицій та інвестиційного процесу під **інвестиційним забезпеченням інноваційних процесів підприємства** слід розуміти сукупність економічних відносин, що виникають між суб'єктами господарювання та учасниками інвестиційного ринку у зв'язку з пошуком, залученням, розподілом та вкладенням інвестиційних ресурсів різних джерел походження, необхідних для інвестування інноваційних процесів виробничо-економічної системи з урахуванням її інноваційного потенціалу.

12.2 Види і джерела фінансування інноваційної діяльності

Активізація інноваційної діяльності можлива тільки на основі розвиненої системи фінансування, що покликана забезпечувати вирішення таких найважливіших завдань:

- створення необхідних передумов для швидкого та ефективного впровадження нововведень у всіх ланках народногосподарського комплексу країни, забезпечення її структурно-технологічної перебудови;
- збереження і розвиток стратегічного науково-технологічного потенціалу в пріоритетних напрямках розвитку;
- створення необхідних матеріальних умов для збереження кадрового потенціалу науки і техніки, запобігання його відтоку за кордон.

Елементами цієї системи виступають:

- сукупність джерел надходжень коштів;

- механізм акумуляції грошових надходжень та їхнього вкладання в інвестиційні проекти і цільові програми;
- механізм контролю за інвестиціями, включаючи систему зворотності і оцінки ефективності використання власного і позикового капіталів.

Успіх інноваційної діяльності значною мірою встановлюється формами її організації і способами фінансової підтримки. Мірою того, як нові наукові розробки і технології стають основоположними складовими національної безпеки держави, розвинені країни знаходять різноманітні можливості для підтримки й розвитку інновацій. При цьому поширюється різноманітність методів фінансування інноваційної діяльності і спектр заходів з непрямої підтримки інновацій.

Розвинені країни черпають фінансові ресурси для інноваційної діяльності як з державних, так і приватних джерел: для більшості країн Західної Європи і США характерний рівний розподіл фінансових ресурсів для НДДКР між державним і приватним капіталом.

Суб'єктами фінансування інноваційної діяльності можуть бути:

- самостійні підприємства;
- промислові компанії;
- промислово-фінансові групи;
- малий інноваційний бізнес;
- інвестиційні та інноваційні фонди;
- органи державного і місцевого управління;
- приватні особи.

Всі вони в тій або іншій формі беруть участь у відтворювальному процесі і опосередковано сприяють розвитку інноваційної діяльності.

Серед основних принципів побудови ефективної системи фінансування інновацій можна виділити:

- чітку цільову орієнтацію фінансової системи - її зв'язок із завданням швидкого та ефективного впровадження сучасних науково-технічних досягнень;
- логічність, обґрунтованість та юридичну захищеність використаних прийомів і механізмів;
- множинність джерел фінансування;
- широту і комплексність системи, тобто можливість охоплення максимально широкого кола технічних і технологічних нововведень і напрямів їхнього практичного використання;
- адаптивність і гнучкість, що припускає постійне реформування як всієї системи фінансування, так і її окремих елементів відповідно до змін зовнішнього середовища з метою підтримки максимальної ефективності.

Система фінансування інноваційної діяльності є складним переплетенням форм і джерел фінансування. Так, основними джерелами коштів, які використовуються для фінансування інноваційної діяльності в Україні, є:

1. Державні інвестиційні ресурси (бюджетні кошти, кошти позабюджетних фондів, державні запозичення, пакети акцій, майно державної власності).

2. Інвестиційні, зокрема фінансові, ресурси суб'єктів господарювання комерційного і некомерційного характеру, а також громадських організацій, фізичних осіб і т. п. Це інвестиційні ресурси колективних інвесторів, зокрема, страхових компаній, інвестиційних фондів і компаній недержавних пенсійних фондів. Сюди ж входять і власні засоби підприємств, а також кредитні ресурси комерційних банків, інших кредитних організацій і спеціально уповноважених урядом інвестиційних банків (табл. 12.1).

Порядок фінансування інноваційних проектів і структура інвестиційних ресурсів у кожному конкретному випадку має свою специфіку і безпосередньо пов'язаний з характером впроваджуваних нововведень.

Таблиця 12.1 – Структура джерел фінансування інноваційної діяльності

Група	Тип	Організаційна структура джерел в групі
Державні ресурси	Власні	Державний бюджет, бюджет Автономної Республіки Крим; Бюджети обласні, місцеві, районні; Державний фонд фундаментальних досліджень; Державна інноваційна компанія; Позабюджетні фонди (Пенсійний фонд, Фонд соціального страхування, Державний фонд зайнятості, інші фонди); Податкові пільги для інноваційних організацій
	Залучені	Державна кредитна система; Державна страхова система
	Позикові	Державні позики (державні займи, зовнішні займи, міжнародні кредити тощо); Податковий інноваційний кредит
Ресурси підприємств (суб'єктів господарювання)	Власні	Власні інвестиційні ресурси підприємств, фонди розвитку виробництва
	Залучені	Внески, пожертвування, продаж акцій, додаткова емісія акцій; Інвестиційні ресурси інвестиційних компаній-резидентів, у тому числі пайових інвестиційних фондів; Інвестиційні ресурси страхових компаній-резидентів; Інвестиційні ресурси недержавних пенсійних фондів-резидентів
	Позикові	Банківські, комерційні кредити; Бюджетні цільові кредити; Фонди венчурного капіталу; Інвестиційні ресурси іноземних інвесторів, у тому числі комерційних банків, міжнародних фінансових інститутів

Сучасна концепція формування фінансового механізму забезпечення інноваційного розвитку характеризується:

по-перше, цільовою орієнтацією на поєднання прямого держбюджетного фінансування інноваційних програм і проектів з фінансовою підтримкою окремих наукових організацій;

по-друге, множинністю джерел фінансування, коли разом із бюджетними асигнуваннями використовуються позабюджетні джерела, зокрема, засоби промислово-фінансових груп, комерційних банків, об'єднань, організацій, інших суб'єктів господарювання.

Так, в Україні фінансовим джерелом, що забезпечує розв'язання великомасштабних науково-технічних проблем, є кошти державного бюджету, за рахунок яких виконуються цільові, комплексні програми, фінансується **Державний фонд фундаментальних досліджень**, частково діяльність Державної інноваційної фінансово-кредитної установи, Фонд сприяння розвитку малих форм підприємництва у науково-технічній сфері.

Державний фонд фундаментальних досліджень надає кошти на безповоротній основі і ставить головним завданням сприяння розвитку фундаментальних наукових досліджень і підвищення наукової кваліфікації вчених. Для цього фонд організує експертизу і конкурсний відбір проектів наукових досліджень, здійснює фінансування відібраних проектів і контроль за використанням виділених для них коштів. Фонд є некомерційною організацією і не переслідує мети одержання прибутку.

Фонд сприяння розвитку малих підприємств у науково-технічній сфері покликаний надавати фінансову підтримку і сприяти створенню малих наукомістких фірм, інкубаторів бізнесу, інноваційних інжинірингових центрів і інших бізнес-інноваційних структур. Фонд є державною некомерційною організацією, що здійснює свою діяльність разом з Міністерством освіти і науки України і Державним фондом підтримки малого підприємництва. Основними джерелами формування коштів цього фонду є бюджетні асигнування, добровільні внески підприємств, установ, організацій і громадян, у тому числі іноземних юридичних і фізичних осіб, інші надходження від діяльності фонду.

Державна інноваційна фінансово-кредитна установа на тих же принципах, але сприяє активізації інноваційної діяльності не тільки в малому інноваційному бізнесі, а надає підтримку інноваційним проектам у будь-якій сфері науково-технічної й виробничої діяльності.

Основними завданнями даного фонду є: сприяння державній структурній, науково-технічній і промисловій політиці на основі підтримки інноваційних проектів в пріоритетних напрямках НІН; відбір і реалізація інноваційних проектів, спрямованих на структурну перебудову економіки України; підтримка інноваційної діяльності, підготовки й освоєння виробництва принципово нових видів продукції і технологій через фінансування будівництва, реконструкції та технічного переозброєння об'єктів, створення унікальних науково-дослідних і випробувальних установок; сприяння будівництву та реконструкції наукомістких виробництв.

Кошти, призначені для цього фонду, виділяють окремою сумою (рядком) у Державному бюджеті України.

Позабюджетні фонди фінансування НДДКР і підтримки інновацій створюють з метою забезпечення фінансування загальногалузевих, міжгалузевих і регіональних науково-технічних програм, а також заходів з освоєння нових видів промислової продукції. Такі фонди можуть створюватися в міністерствах, у великих містах і регіонах, а також у рамках концернів, холдингів, ПФГ. Джерелами недержавної системи фінансування інноваційних проектів виступають: кошти, які мобілізують через емісію цінних паперів;

власні кошти підприємств; кредити комерційних банків; спеціалізовані та благодійні фонди; кошти інвестиційних фондів і компаній, інших підприємств і організацій, зацікавлених у якнайшвидшому випуску нової продукції.

Впровадження конструктивних і технологічних нововведень може здійснюватися за рахунок власних коштів фонду розвитку виробництва і фонду амортизаційних відрахувань. Статутом підприємства передбачається відрахування до **фонду розвитку виробництва** частини прибутку до сплати податків, що залишається в розпорядженні підприємства після інших обов'язкових платежів і формування резервного фонду. Кошти фонду розвитку можуть використовуватися на відновлення і розширення виробництва, здійснення науково-дослідних, дослідно-конструкторських і технологічних проектів, а також програм освоєння коштів, що сприяють зміцненню матеріально-технічної бази підприємства. Якщо власних коштів підприємства не вистачає, можна вдатися до додаткової емісії цінних паперів.

Привабливість акціонерної форми фінансування полягає у тому, що основний обсяг необхідних ресурсів поступає на початку організації інвестиційних і інноваційних проектів. Дана форма залучення капіталу дозволяє перенести на пізніші терміни виплати заборгованості, коли зростає здатність генерувати доходи.

У світовій практиці для фінансування інвестицій в основний капітал широко застосовуються позикові засоби, особливо банківські кредити. У розвинених країнах частка банківських кредитів як джерела фінансування капіталовкладень становить 20-40 %; у науково-технічній сфері кредитні ресурси – близько 7 % загального обсягу фінансування НДДР, тоді як кошти позабюджетних фондів та інші залучені засоби - понад 20 %. Частка інвестицій, що направляються комерційними банками на виробничі інновації, не перевищує 2 %. Причина полягає і в банківській кризі, і у високій вартості кредитів, і у відсутності зацікавленості банків.

Організація **довгострокового кредитування**, як правило, ґрунтується на таких основних принципах: забезпеченість, терміновість, платність, цільовий характер використання запозичених коштів. Всі питання, що виникають із приводу кредитування, вирішуються безпосередньо між банком і підприємством-позичальником. У ході вирішення питання про видачу довгострокового інноваційного кредиту банк аналізує перспективи економічного зростання підприємства, яке кредитується, можливості реалізації продукції та очікуване зростання доходу. Таку інформацію містять бізнес-плани, які готуються по кожному інноваційному проекту.

12.3 Джерела фінансування інноваційних інвестицій

Основними джерелами фінансування інноваційної діяльності є:

- кошти Державного бюджету України;
- кошти місцевих бюджетів;
- власні кошти спеціалізованих державних і комунальних інноваційних фінансово-кредитних установ;

- власні чи запозичені кошти суб'єктів інноваційної діяльності;
- кошти (інвестиції) будь-яких фізичних і юридичних осіб;
- інші джерела, не заборонені законодавством України.

В умовах постійного скорочення бюджетного фінансування інноваційних заходів за рахунок державних коштів фінансуються сьогодні переважно фундаментальні та довгострокові прикладні дослідження, що мають загальнонаціональне значення, а також міждержавні, загальнодержавні науково-технічні програми та проекти. Крім того, держава створює умови для фінансування НДР, ДКР із різних джерел. У галузі прикладних досліджень і розробок головним має стати контрактний метод фінансування на базі проектної (програмно-цільової) організації.

Активну участь у фінансовому забезпеченні інноваційного розвитку економіки відіграють державні установи. Наприклад, для здійснення фінансової підтримки інноваційної діяльності суб'єктів господарювання різних форм власності Кабінет Міністрів України за поданням спеціально уповноваженого центрального органу виконавчої влади у сфері інноваційної діяльності створює спеціалізовані державні небанківські інноваційні фінансово-кредитні установи.

Для здійснення фінансової підтримки місцевих інноваційних програм органи місцевого самоврядування можуть створювати комунальні спеціалізовані небанківські інноваційні фінансово-кредитні установи і підпорядковувати їх виконавчим органам місцевого самоврядування. Ці установи діють на основі положень (статутів) про них, що розробляються й затверджуються органами місцевого самоврядування.

Кошти комунальної інноваційної фінансово-кредитної установи формуються за рахунок коштів відповідного місцевого бюджету, залучених вітчизняних та іноземних інвестицій юридичних та фізичних осіб, добровільних внесків юридичних та фізичних осіб, власної чи спільної фінансово-господарської діяльності та інших джерел, не заборонених законодавством України.

Комунальна інноваційна фінансово-кредитна установа здійснює супроводження реалізації інноваційних проектів, які нею фінансуються, та контролює цільове використання суб'єктами інноваційної діяльності наданих нею коштів. Фінансова підтримка реалізації інноваційних проектів може надаватися комунальною інноваційною фінансово-кредитною установою у формі послідовних траншів за результатами контролю ходу виконання проектів.

Велику роль у фінансуванні інноваційної діяльності відіграють позичкові кошти, до яких відносять:

- кредити банків;
- позикові кошти від розміщення облігацій інноваційного підприємства;
- податковий кредит;
- комерційний кредит;
- лізинг.

Активну участь у фінансуванні інноваційного процесу в Україні відіграють банки, кредитна політика яких направлена, в першу чергу, на банківське обслуговування інноваційної діяльності підприємств.

Однією з форм фінансування інноваційної діяльності підприємств є **податковий інвестиційний кредит**, який визначається як: відстрочка сплати податку на прибуток, що надається суб'єкту підприємницької діяльності на визначений строк з метою збільшення його фінансових ресурсів для здійснення інноваційних програм з наступною компенсацією відстрочених сум у вигляді додаткових надходжень податку через загальне зростання прибутку, що буде отриманий згідно з чинним законодавством внаслідок реалізації інноваційних програм.

Економічну основу податкового інвестиційного кредиту становлять кошти, які підприємства сплачує у вигляді податку на прибуток. Тому він багато в чому подібний, до такої форми фінансової підтримки підприємства як пільгове оподаткування прибутку. Інвестиційний податковий кредит має цільове призначення. Його надають переважно під інноваційні програми, які забезпечують реалізацію таких науково-технічних пріоритетів, як:

- науково-технічне оновлення виробництва та підвищенням його техніко-економічних показників і забезпеченням конкурентоспроможності на світовому ринку;

- прискорення розвитку наукомістких та високотехнологічних галузей і виробництв, здатних кардинально змінити економічний та науково-технічний потенціал України;

- розширення виробництва в найбільш пріоритетних і ефективних для національної економіки секторах ринку.

Введення інвестиційного податкового кредиту має певні переваги порівняно з іншими формами кредиту. Так, при звичайному банківському кредитуванні використовуються вільні кредитні ресурси, яких, як відомо, хронічно не вистачає. Крім того, банківський кредит надається на умовах сплати досить значних відсотків, що робить інноваційні інвестиції, за рахунок такого кредиту для підприємства економічно обтяжливими.

Запровадження інвестиційного податкового кредиту не вимагає додаткових кредитних ресурсів, бо в ньому використовується ресурсний потенціал самого підприємства у вигляді прибутку, а саме — тієї частини, яка повинна відраховуватися до бюджету у вигляді податку на прибуток. Тому введення інвестиційного податкового кредиту буде заохочувати підприємства в підвищенні ефективності своєї роботи та отриманні прибутку.

Загальний обсяг ресурсів інвестиційного податкового кредиту на кожен рік визначається Кабінетом Міністрів України в розрахунках до бюджету. Виходячи із стану економіки він може досягати до 10 відсотків надходжень до бюджету податку на прибуток з наступним розподілом знижки податку по міністерствах (відомствах) відповідно до пріоритетності напрямків їх, інноваційної діяльності.

Одним із способів оновлення основних фондів підприємства, що найбільш динамічно розвивається є **лізинг**. Він дає змогу орендаторові гнучко

вирішувати свої виробничі завдання через тимчасове використання, а не придбання особливо дорогої, із більшим ризиком морального старіння, техніки. Розвиток лізингу є одним із найпрогресивніших методів матеріально-технічного забезпечення виробництва. Він відкриває доступ до найпередовішої техніки і дає можливість розв'язати протиріччя між необхідністю використання такої техніки і швидким її моральним старінням, отже створюються умови як для одержання прогресивної техніки й технологій, її успішного освоєння й підтримки на високому технічному рівні, так і для забезпечення збуту підприємствам-виробникам цієї техніки.

У зв'язку зі зниженням частки державних асигнувань та недоступності для більшості підприємств довгострокових позичкових коштів (через велику їх вартість) власні кошти підприємства - прибуток та амортизація є сьогодні єдиним реальним джерелом фінансування інноваційної діяльності. За рахунок цих коштів фінансується близько 65-70% усіх інноваційних інвестицій, в тому числі прибуток забезпечує фінансування 20% усіх інноваційних вкладень. Великим резервом для акумулювання коштів для реалізації інноваційно-інвестиційних проектів є також вивільнення від зайвого морально та фізично застарілого обладнання.

Одним із нових та перспективних методів фінансування інноваційної діяльності є **венчурне фінансування**. Таке фінансування може здійснюватися на усіх стадіях життєвого циклу виробництва продукту. Розрізняють три види венчурного фінансування, які пов'язано з найважливішими стадіями життєвого циклу продукту:

1. Фінансування інкубаційного періоду – етап, на якому проводиться експрес аналіз інноваційних пропозицій та здійснюються роботи зі створення бізнес-інкубатора чи інноваційного центру. На цьому етапі виділяється дві стадії: передстартове та стартове фінансування. На першій стадії здійснюється фінансування початкових етапів підприємницької діяльності, а саме: роботи з оцінки нематеріальних активів, патентного захисту, аналізу ринку збуту, правового забезпечення вигідних франчайзингових договорів та договорів купівлі-продажу, а також із формування плану підприємницької діяльності.

Стартове фінансування використовується з метою забезпечення початку виробничої діяльності в бізнес-інкубаторі чи інноваційному центрі.

Основними джерелами фінансування на цьому етапі є власні кошти підприємства (прибуток та амортизація), вступні венчурні внески та пов'язані кредити (комерційні кредити, пов'язані угодами про розподіл майбутніх доходів, а також цільові кредити на придбання високоліквідних активів).

2. Фінансування комерційного освоєння – етап, який також включає в себе дві стадії: фінансування початкової стадії та фінансування освоєння. На початковій стадії передбачається надавати кошти підприємцям та керівникам підприємств, які мають значний потенціал росту. Фінансування освоєння передбачає виділення коштів на комерційну реалізацію дослідного зразка продукції. Основними джерелами фінансування на цьому етапі є банківські кредити та кошти синдикованого інвестора.

Синдиковане інвестування – це пайове фінансування малих інноваційних підприємств, які зацікавлені в запровадженні продуктивних або інших інновацій, які одержують у процесі реалізації інноваційно-інвестиційних проектів підприємств. Синдиковане інвестування є перехідною формою до венчурного фінансування.

3. Фінансування розвитку. Венчурне фінансування є строго цільовим «під ключ». Основною умовою такого фінансування є наявність у підприємства технологічного та комерційного заділу з випуску на ринок продукту. Венчурний капітал інвестується в непов'язані між собою проекти в розрахунку на швидку окупність коштів. Для венчурних інвесторів дуже важливим є правильно спрогнозувати очікувану ринкову вартість бізнес-напрямку, куди вони вкладають кошти. Тому, на цьому етапі здійснюється встановлення спільних з інвестором або самостійних нових цільових підприємств із числа бізнес-інкубаторів, що створюються на першому етапі.

Отже, **венчурний капітал** використовується в основному для фінансування діяльності підприємств, що швидко розвиваються і тому грає важливу роль у забезпеченні конкурентоспроможності промисловості у цілому. Функціональне завдання венчурного фінансування – сприяти росту перспективного бізнесу шляхом надання певної суми грошових коштів в обмін на долю в статутному капіталі. На практиці найчастіше зустрічається комбінована схема венчурного інвестування, при якій частина коштів вноситься в акціонерний капітал, а інша надається у формі інвестиційного кредиту.

Реалізація комерційного інтересу венчурного фінансування заключається у тому, щоб підприємство успішно розвивалося і через 3-5 років підвищило свою вартість та вартість своїх акцій в 5-7 раз, забезпечивши, таким чином, в середньому 30-40% щорічного росту. Це дасть можливість венчурному інвестору на певній стадії продати свої акції або самому підприємству, або на фондовому ринку, або іншій зацікавленій стороні. В результаті він повертає свої інвестиції та отримує прибуток із капіталу при виході з бізнесу.

Основним недоліком венчурного фінансування є те, що через високий ризик такий капітал надається під вищий відсоток, ніж банківський кредит, а в деяких випадках, пов'язаних із збільшенням гарантії проти нецільового використання вкладених коштів, венчурні інвестори можуть залишатися співвласниками підприємства, створеного під перспективний інвестиційний проект, протягом усього життєвого циклу освоєння продукту. В цьому випадку вони розраховують на одержання дивідендів з очікуваних прибутків.

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ

1. Розкрийте сутність поняття «інвестиції». Суб'єкти і об'єкти інвестиційної діяльності.
2. Перелічіть елементи системи інвестиційного забезпечення розвитку підприємства.
3. Які існують джерела фінансування інноваційної діяльності?

4. Що відносять до власних, а що до позичкових коштів фінансування інноваційної діяльності?

5. Які переваги має податковий інвестиційний кредит порівняно з іншими видами кредитів?

6. Назвіть види венчурного фінансування.

ТЕМА 13 РИЗИКИ В ІННОВАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ТА УПРАВЛІННЯ НИМИ

13.1 Основи теорії управління ризиками

13.2 Класифікація ризиків

13.3 Принципи управління інноваційним ризиком

13.4 Методи і інструменти управління інноваційним ризиком

13.1 Основи теорії управління ризиками

Однією з характерних ознак розвитку вітчизняної та світової економіки останнього часу є зростання невизначеності умов господарювання через ускладнення зовнішнього середовища, загострення конкуренції, обмеженість ресурсів, падіння попиту тощо. Зростання невизначеності породжує зростання ризиків, з якими підприємства стикаються у своїй повсякденній діяльності, зокрема і в процесі реалізації інноваційних проектів.

Інноваційна діяльність без ризику не буває, але він обов'язково повинен максимально прораховуватися. Управління ризиком — дуже широке поняття, яке охоплює різноманітні проблеми, пов'язані практично з усіма напрямками й аспектами управління.

Ринкові операції характеризуються багатоваріантністю. Важливо не боятися помилок, а не повторювати їх, оперативно коригувати систему дій з позицій максимізації прибутку. Управлінець повинен передбачати додаткові можливості для опанування ринкових змін. Ризик передбачає можливу небезпеку втрат, яка виникає зі специфіки тих чи інших явищ природи і видів діяльності людини. Як економічна категорія ризик є подією, яка може відбутися або не відбутися. У разі здійснення такої події можливі три результати: негативний (програш, збиток, втрати); нульовий; позитивний (виграш, вигода, прибуток). Звичайно, можна уникнути ризику, тобто просто уникати заходу, пов'язаного з ризиком. Проте для підприємця уникнення ризику означає здебільшого відмову від можливого прибутку. Основні завдання ризик-менеджера: виявити сферу підвищеного ризику, оцінити його ступінь, розробити і вжити заходів для попередження ризикових ситуацій, а у разі, коли збиток уже є — вжити заходів для його мінімізації. Практика підтверджує, що підвищений ризик спостерігається при різноманітних обставинах, а саме внаслідок неправильного управлінського рішення, незадовільного виконання завдань підлеглими, невдалого вибору виконавця, у разі відмови керівництва прийняти радикальну пропозицію працівника.

Перш ніж прийняти рішення щодо ризикованого викладення капіталу, управлінець повинен:

- визначити максимально можливий обсяг збитків такого ризику;
- співставити його з обсягом капіталу, який вкладається;
- співставити його з усіма власними фінансовими ресурсами і визначити, чи така втрата капіталу не призведе до банкрутства інвестора.

Обсяг збитків від вкладеного капіталу може дорівнювати обсягу цього капіталу, бути меншим або більшим. Проте з урахуванням купівельної спроможності грошей в умовах інфляції обсяг втрат може бути більшим, ніж сума можливих грошових збитків.

В економічній літературі можна знайти багато різних визначень ризику. Шапкін О. С. визначає ризик, як діяльність, пов'язану з доланням невизначеності в ситуації неминучого вибору, в процесі якої є можливість кількісно і якісно оцінити вірогідність передбачуваного результату, невдачі і відхилення від цілі.

Також можна зустріти визначення ризику як можливість виникнення подій, що негативно впливають на діяльність підприємства або технічної системи, що визначається вірогідністю і наслідками. Ризик – це не сама подія. Ризик – це можливість.

При цьому деякі науковці визначають ризик як подію або групу випадкових подій, що завдають втрати об'єкту, який підпадає під вплив цієї події.

Науковці вважають, що оптимальний коефіцієнт ризику становить 0,3, а коефіцієнт ризику, що призводить до банкрутства інвестора – 0,7 і більше. Прогнозуючи максимально можливий обсяг збитків, визначають імовірність ризику й ухвалюють рішення про відмову від ризику, узяття ризику під власну відповідальність або передачу його на відповідальність іншій особі.

13.2 Класифікація ризиків

Ефективність організації управління ризиком неабияк залежить від класифікації ризиків. Під **класифікацією ризиків** треба розуміти їх розподіл на окремі групи за певними ознаками для досягнення визначених цілей. Науково обґрунтована класифікація ризиків дозволяє чітко визначити місце можливого ризику в їх загальній системі. Вона створює можливості для ефективного застосування відповідних методів і прийомів управління ризиком.

В економічній літературі з проблем підприємницької діяльності немає єдиної системи класифікації підприємницьких ризиків. Існує багато підходів до класифікації ризиків, до того ж, усі види взаємопов'язані. *Інноваційний ризик за стадіями виявлення поділяється на різновиди:*

- пов'язаний з певним етапом реалізації інвестиційного проекту: виведення товару на ринок (період окупності інвестицій), етап росту, етап зрілості, етап насичення, вихід з ринку;
- пов'язаний з господарською діяльністю підприємства.

Також інноваційний ризик можна поділити на фінансовий і комерційний. *Фінансовий ризик* складається з таких типів: валютний, кредитний, процентний і ринковий. *Комерційний ризик* поділяють на маркетинговий і діловий.

Валютний ризик є імовірністю отримання валютних доходів чи втрат, пов'язаних із зміною курсу національної валюти відносно іншої, в тому числі у разі зовнішньоекономічної кредитної операції. Фірми усіх типів передбачають ризик унаслідок коливань обмінних курсів валют і процентних ставок.

Чинники, які виливають на валютні ризики:

- статистика платіжного балансу;
- фінансові рішення;
- державна фінансова і монетарна політика;
- збільшення різниці між офіційними і ринковим курсами;
- наслідки зміни валютних курсів.

Кредитний ризик — це ймовірність отримання певного результату кредитором після сплати (несплати) боржником кредиту і відсотків від нього відповідно до термінів і умов кредитного договору. Кредитний ризик поділяється на такі типи:

- ризик неповернення кредиту;
- депозитний ризик;
- лізинговий;
- факторинговий тощо.

Процентний ризик, спричинений імовірністю зміни процентних ставок, які виплачуються від залучених засобів, над ставками кредитів, які надаються. Відповідно, процентний ризик виливає як на прибуток, отриманий від процентів, так і на баланс кредитної організації загалом. Причини процентного ризику:

- зміни у процентній політиці НБУ;
- встановлення єдиного процента на весь термін користування кредитом;
- відсутність у кредитній організації стратегії процентної політики;
- неточне визначення розміру процентної ставки.

Ринковий (портфельний) ризик пов'язаний з операціями випуску, розміщення і купівлі-продажу цінних паперів. Будь-який портфель є певним набором акцій, облігацій з різним ступенем забезпечення і ризику. Інвестор намагається отримати найвищу ефективність портфеля і забезпечити вкладення з найменшим ризиком.

Інноваційні ризики – це ймовірність неотримання визначеного результату під час здійснення заходу при використанні всього організаційно-технічного і наукового потенціалу організації.

Чинники, які впливають на маркетинговий і діловий ризики, – це правові аспекти, конкуренція, досвід і контроль, складність продукції. Фірми, продукція яких продається на ринках з суттєвими коливаннями цін, підлягає вищим ризикам, ніж такі самі, але зі стабільнішими цінами на продукцію. Фірми, які мають дуже нестабільний рівень витрат, підлягають значному підприємницькому ризику, до того ж, чим вища здатність фірми змінювати ціну продукції, тим нижчий ступінь підприємницького ризику.

За часом утворення ризику розподіляють на ретроспективні, поточні, перспективні. Аналіз ретроспективних ризиків, їх характер і способи зниження дають змогу точніше прогнозувати поточні і перспективні ризики.

За чинниками виникнення ризику поділяють на політичні та економічні (комерційні). *Політичні ризики* зумовлені зміною політичної ситуації, яка впливає на господарську діяльність (закриття кордонів, військові дії тощо). *Економічні ризики* зумовлені несприятливими змінами в економіці підприємства чи економіці країни. Найпоширенішим видом економічного ризику є зміна кон'юнктури ринку, незбалансована ліквідність (несвоєчасне виконання платіжних зобов'язань), зміна рівня управління тощо.

За способом урахування ризику поділяють на зовнішні та внутрішні. До *зовнішніх* відносять ризики, які безпосередньо не пов'язані з діяльністю підприємства або його контактною аудиторією. На рівень зовнішніх ризиків впливає чимало чинників: політичні, економічні, демографічні, соціальні, географічні тощо. До *внутрішніх* належать ризики, зумовлені діяльністю самого підприємства. На їх рівень впливають ділова активність керівництва, вибір маркетингової стратегії, політики і тактики та інші чинники.

Класифікаційний підхід Е. С. Стоянової охоплює категорії, групи, види, підвиди і різновиди ризиків (рис. 13.1).

Ці різновиди допомагають краще зрозуміти суть і тенденції ризику, що забезпечує ефективність управлінської діяльності, тобто правильність прийняття рішень.

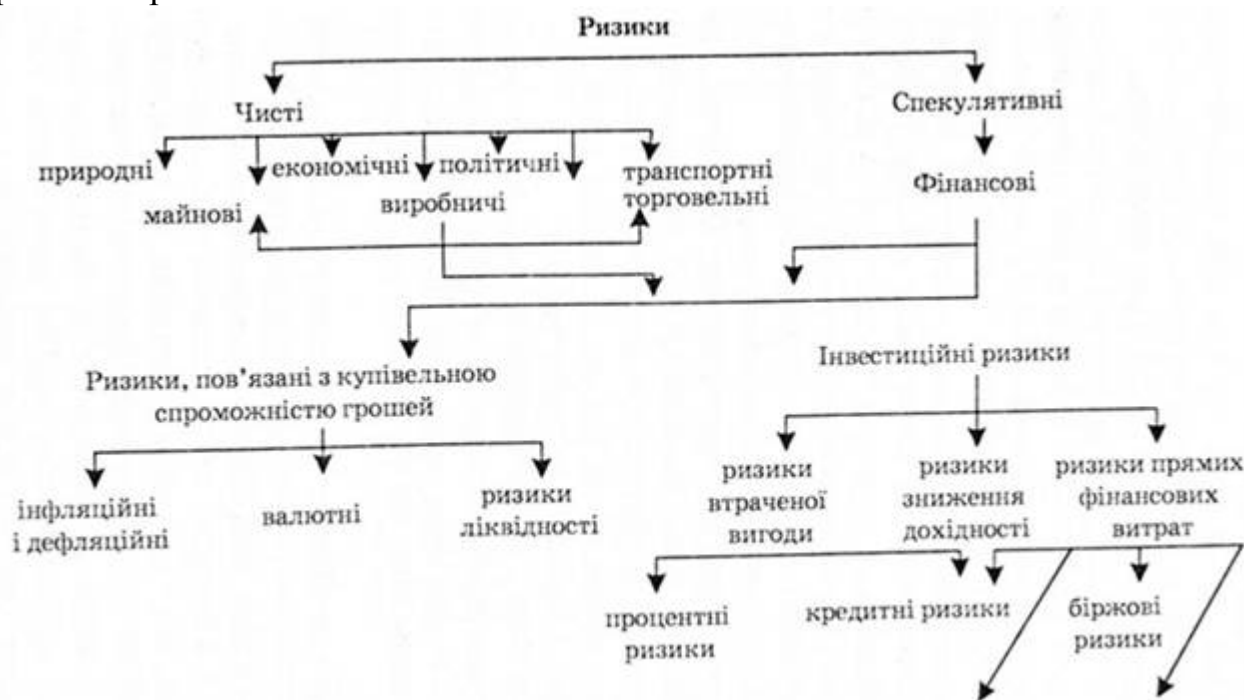


Рисунок 13.1 – Класифікаційний підхід ризиків за Е. С. Стояновою

Науково-технічний прогрес формує нову систему орієнтацій людини, радикально змінює предметне середовище, якісно іншими стають значення та співвідношення продуктивної інноваційної діяльності. Створюється атмосфера необхідності в новаторських, сміливих рішеннях, відбувається пошук

принципово нових, таких, які раніше не використовувались, неординарних шляхів вирішення складних сучасних завдань.

За таких умов менеджери різних рівнів управління вимушені ризикувати. Науково-технічний прогрес надає діяльності багатьох менеджерів творчого характеру. Тобто ризик, пов'язаний з творчою діяльністю, що характеризується неповторністю, оригінальністю, унікальністю, зумовлений суттю творчого процесу, особливостями впровадження нового у практику, необхідністю вирішення суперечностей між націями та процесами, що виникають у суспільстві, і панівними способами соціального регулювання. Крім того, ринкове середовище вносить додаткові елементи невизначеності, розширює межі ризикових ситуацій. За цих умов виникає недетермінованість та невпевненість щодо отримання кінцевого результату, а отже, зростає і сутність ризику. Ринок – досить жорстка система, що вимагає значної фізичної та інтелектуальної віддачі. Управлінець-новатор обов'язково ризикує, йому притаманні такі риси, як незалежність та нестандартність дій, новацій щодо досягнення мети, сміливість та винахідливість, орієнтація на досягнення якомога кращих результатів.

У літературі існують три основні думки, які визнають або суб'єктивну, або об'єктивну, або суб'єктивно-об'єктивну природу ризику. При цьому переважає остання – суб'єктивно-об'єктивна. Ризик пов'язаний з вибором певних альтернатив, розрахунком ймовірностей їх результатів, — у цьому полягає його суб'єктивний бік. Одночасно вона проявляється і тим, що люди неоднаково сприймають одну й ту саму величину ризику внаслідок відмінності психологічних, ідеологічних орієнтацій, принципів, установлень тощо.

Проте ризик має й об'єктивний бік. Об'єктивна наявність ризиків зумовлює ймовірність існування багатьох природних, соціальних і технологічних процесів, багатоваріантність матеріальних та ідеологічних відносин, в які вступають суб'єкти ризику.

Об'єктивність ризиків полягає в тому, що це поняття відображає реально існуючі в житті явища, процеси діяльності. Ризик існує незалежно від того, усвідомлюють його наявність, чи ні, враховують, чи ігнорують його.

Суб'єктивно-об'єктивна природа ризиків визначається процесами як суб'єктивного характеру, так і процесами, незалежними від волі та свідомості людини.

На рисунку 13.2 наведена схема, за якою можна аналізувати ризик, зумовлений внутрішніми та зовнішніми відносно об'єкта (господарської системи) причинами.

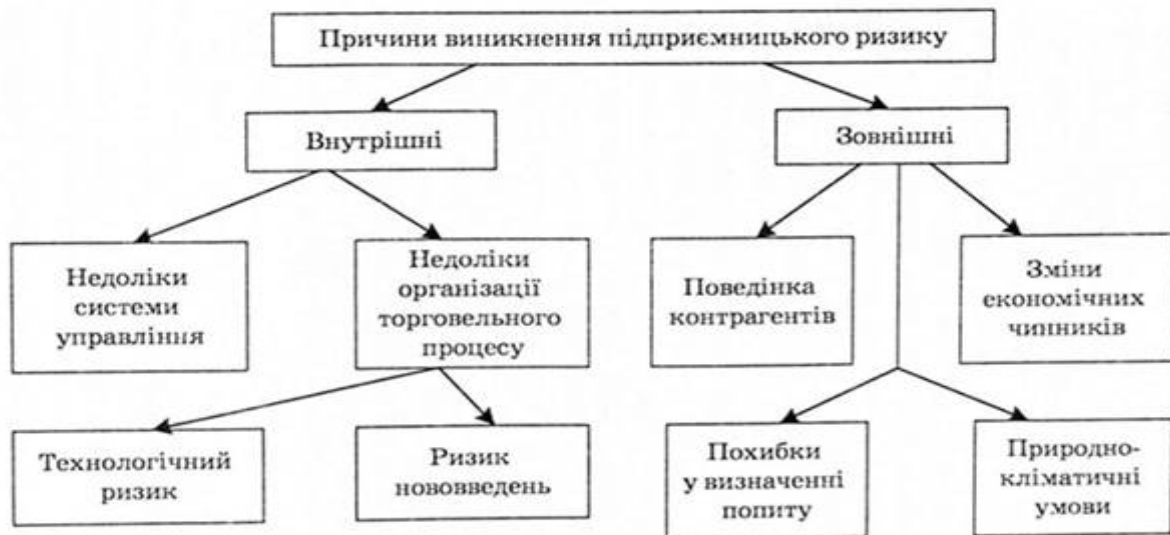


Рисунок 13.2 – Схема аналізу ризику

Невизначеність вноситься в процес формування керуючої інформації через інформаційні компоненти. Роль різноманітних інформаційних компонентів у процесі формування керуючої інформації визначає специфіку впливу невизначеності відповідних компонентів на невизначеність систем управління загалом. Так, невизначеність цілей системи управління не дозволяє однозначно оцінювати переважання ситуацій, що виникають. Система управління не може повністю здійснити раціональний, формально оптимальний вибір найкращого з існуючих в її розпорядженні варіантів поведінки.

Невизначеність системи моделей не дозволяє однозначно формувати ланцюжки причинно-наслідкових зв'язків. Відповідно, система управління не має можливостей точно і однозначно передбачити всі суттєві для неї наслідки різних подій, у тому числі і повні наслідки власних команд. Невизначеність первісної інформації не дозволяє однозначно оцінювати реальну ситуацію на об'єкті керування і в зовнішньому середовищі. Але, незважаючи на дію чинника інформаційної невизначеності, будь-яка система управління завжди формує певну керівну інформацію, яка повинна впливати на об'єкт і змушувати його діяти для досягнення цілей, які поставив суб'єкт управління. Отже, дослідження чинників і джерел ризику пояснює природу певних ризикових ситуацій. Саме вивчення джерел і чинників ризику дозволяє менеджеру кваліфіковано передбачати і правильно оцінювати ризикові ситуації. Діяльність у ринкових умовах передбачає втрати, але їх розмір і наслідки залежать тільки від уміння правильно ухвалювати управлінські рішення.

13.3 Принципи управління інноваційним ризиком

За умов динамічного, нестаціонарного характеру середовища ринкової діяльності підприємства велике значення має наукове управління ризиком. Але

таке управління має ґрунтуватися на системі принципів. В економічній літературі розглянуто деякі з принципів управління господарськими ризиками:

- *принцип системності* (або системного підходу);
- *принципи обґрунтованості заходів та дій*, які використовують в управлінні ризиком;
- *принцип економічності*, який передбачає необхідність кошторису витрат на управління ризиком та його порівняння з можливими втратами підприємства у разі ризикових подій;
- *принцип послідовності*, який зумовлює потребу дотримання ризик-менеджером під час розробки та реалізації послідовності дій для найефективнішого їх застосування; гнучкість стратегії управління ризиком, яка передбачає забезпечення можливості коригування стратегії у разі його необхідності.

Наступний принцип – *пріоритет суспільних інтересів*. Існує система інтересів суб'єктів ринкових відносин. Крім того, результати комерційної діяльності підприємства певною мірою впливають на відносини працівників підприємства. Отже, втрата підприємством прибутку чи ресурсів унаслідок недостатньо обґрунтованих рішень може негативно вплинути на реалізацію економічних інтересів як підприємств-суб'єктів ринкових відносин, так і працівників конкретного підприємства. Це може зменшити зацікавленість суб'єктів ринкових відносин у подальшому їх формуванні та розвитку, а також працівників підприємства у підвищенні ефективності його ринкової діяльності.

Важливим є *принцип урахування дії закону причин та наслідків в управлінні комерційними ризиками*. На формування комерційних ризиків впливають різні чинники, які можуть суттєво змінюватися у процесі ринкової діяльності підприємства. Тому ступінь їх впливу на комерційний ризик може відрізнятися у різні періоди. Це зумовлює необхідність дослідження таких чинників та їх впливу на формування комерційних ризиків за різних ринкових умов в окремій період.

Тобто йдеться про необхідність моделювання і прогнозування ризиків на підставі дослідження причинно-наслідкових зв'язків. Отже, дотримання принципу врахування дії закону причини та наслідків є об'єктивною необхідністю.

Принцип цілеспрямованості управління комерційним ризиком передбачає, що управління комерційним ризиком є елементом управління ринковою діяльністю підприємства. Отже, управління комерційним ризиком повинно бути спрямоване на досягнення цілей ринкової діяльності підприємства. Тобто є об'єктивна необхідність дотримання принципу цілеспрямованості в управлінні комерційними ризиками.

Різні методи мають як переваги, так і недоліки, тому необхідно синтезувати ці методи у такі науково-методичні підходи, які б забезпечували найкращий результат управління комерційним ризиком. Але йдеться не про механічний набір методів управління комерційним ризиком, а про їх синтетичне поєднання у конкретний методичний підхід, який об'єднує та

інтегрує сукупність методів залежно від цілей, завдань та умов управління комерційним ризиком.

Необхідність дотримання *принципу гармонійної узгодженості управління ризиком* і системою управління підприємства зумовлена тим, що управління ризиком є елементом управління підприємством. Отже, для ефективного функціонування єдиної системи управління підприємством необхідна узгодженість функціонування всіх її елементів.

У процесі управління комерційним ризиком розробляють та використовують певні управлінські рішення. Ступінь наближення до оптимальних може бути різним, крім того, можуть виконуватися й неефективні рішення. Але від їх якості значною мірою залежать результати ринкової діяльності підприємства. Тому необхідно ухвалювати та впроваджувати рішення в управлінні комерційним ризиком за принципом оптимальності.

Підприємству необхідно визначити доцільність певного ризику. Критерії доцільного ризику можуть бути різні залежно від конкретних напрямів та стратегій діяльності підприємства, умов комерційних угод тощо. Але співвідношення між можливим прибутком, витратами на його одержання та ступенем ризику може бути диференційоване таким чином, аби з певною ймовірністю можна було б зробити висновок про недоцільність або доцільність конкретного ризику.

Принцип диференціації полягає в градації комерційного ризику за напрямками ринкової діяльності підприємства, сегментами ринку, маркетинговими стратегіями тощо. Така диференціація дає змогу компенсувати втрати підприємства під час виконання певних рішень збільшенням прибутків або забезпеченням цільових прибутків від іншого виду діяльності чи дотримання інших рішень.

Дії згідно з *принципом адаптивності в управлінні ризиком* дають змогу адаптувати рішення до суттєвих змін внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства. Ризик як об'єкт управління має певні характеристики, наприклад, вид, рівень, імовірність тощо. Отже, для управління комерційним ризиком потрібна інформація, яка б задовольняла вимоги до неї, тому треба дотримуватися принципу інформованості.

Принцип максимізації межі ризику дуже важливий, оскільки підприємство має певні фінансові можливості, і їх втрата може призвести до банкрутства підприємства і неможливості його подальшої діяльності. Тому максимально можливі збитки не можуть перевищувати фінансових можливостей підприємства.

У процесі ринкової діяльності підприємства виникають різні ризики, які можуть взаємодіяти. Тому *результативний (інтегрований) ризик* може суттєво відрізнятись від арифметичного сумування ступенів відповідних ризиків. Отже, необхідне дослідження синтезу ризику.

У прогресі ринкової діяльності можуть виникати аналогічні (але не тотожні) умови формування ризику. Аналіз умов-аналогів формування ризиків попередніх періодів дасть змогу підвищити якість оцінки, прогнозування, моделювання та оптимізації ризиків.

Принципи контролю ризику та процесів їх формування полягають в необхідності дотримання однієї з базових функцій управління ризиком контролю. Відсутність контролю ризиків і процесів їх формування може призвести до великих збитків, або навіть до банкрутства підприємства.

Принципи мінімізації та профілактики ризиків. Ризик негативно впливає на ефективність ринкової діяльності підприємства. Тому необхідно діяти таким чином, щоб він за інших рівних умов одержання чистого прибутку був мінімальним.

Принцип послідовності управління ризиками. Управління – це цілеспрямований процес. Кожний процес має певну послідовність. Її порушення може призвести до зменшення ефективності процесу.

Принцип стимулювання полягає в необхідності морального та матеріального стимулювання управління комерційним ризиком. Очевидно, що профілактика комерційного ризику, зниження його рівня при одночасному збільшенні прибутків залежать від ступеня наукового обґрунтування рішення щодо управління комерційними ризиками. Тому доцільним було б стимулювати вдосконалення ризик-менеджерами практики управління комерційним ризиком та підвищення її ефективності.

Принцип відповідальності полягає в необхідності забезпечення відповідальності певних працівників за управління комерційним ризиком. Від ступеня обґрунтованості можливого ризику значною мірою залежить розмір втрат підприємств у процесі його ринкової діяльності. Тому збитки, зумовлені недостатньо кваліфікованим управлінням комерційним ризиком, повинні бути повністю або частково компенсовані відповідними працівниками. Розміри й умови такої компенсації можуть бути визначені у відповідних нормативних документах підприємств.

13.4 Методи і інструменти управління інноваційним ризиком

Зосередимо нашу увагу на інноваційних ризиках підприємства. В цілому для управління інноваційним ризиком сьогодні застосовуються різноманітні методи й інструменти.

Згідно з характером впливу на фактори ризику розділимо всі методи й інструменти управління інноваційним ризиком на такі: 1) методи зниження ступеня факторів інноваційного ризику; 2) методи посилення (використання) сприятливих можливостей, що відкриваються.

Вказані методи повинні бути реалізовані по відношенню до відповідних факторів інноваційного ризику. До першої групи методів можна віднести методи зниження ймовірності факторів інноваційного ризику й (або) величини пов'язаних із ними втрат. На сьогодні мають найширше розповсюдження на практиці наступні методи:

- ухилення (відмова) від ризику;
- диверсифікація;
- резервування;
- страхування;
- передача ризику.

Особливу увагу слід звернути на найбільш радикальний метод, пов'язаний із відмовою від ризику, крайнім варіантом якого є відмова від інноваційного проекту в цілому. У наш час такий підхід рекомендують нарівні з іншими методами лише у випадку, якщо величина ризику і ймовірність його настання дуже великі. Але при цьому слід пам'ятати, що цей метод однозначно веде до відмови від отримання додаткового прибутку для підприємства, а тому потребує ретельного обґрунтування вибору.

До другої групи методів управління інноваційним ризиком відносять методи посилення (використання) сприятливих можливостей, що відкриваються в ході реалізації інноваційної діяльності підприємства. До них можна віднести методи попередження – отримання інформації про фактори ризику, прогнозування і т. д. Таким чином, управління ризиком інноваційної діяльності повинно включати два основних напрями:

- 1) зниження ступеня окремих факторів інноваційного ризику;
- 2) розвиток сприятливих можливостей, пов'язаних із факторами інноваційного ризику.

Необхідність реалізації цих напрямків зумовлена необхідністю підвищення ефективності інноваційної діяльності підприємства. Таким чином, сьогодні необхідний принципово новий (комплексний) підхід до управління ризиком інноваційної діяльності, який ґрунтується на механізмі оптимізації. Даний механізм має базуватися на чіткій ідентифікації факторів інноваційного ризику й виокремленні факторів, пов'язаних виключно з небезпекою і таких, що підлягають однозначній мінімізації, а також факторів, пов'язаних із сприятливими можливостями, які потребують створення умов для їхньої реалізації. Ефективним і дедалі більш популярним інструментом управління факторами інноваційного ризику, що забезпечує реалізацію обох вищевказаних напрямків, є концепція соціальної відповідальності бізнесу. Поняття *«корпоративна соціальна відповідальність»* зародилося в кінці ХХ ст. і представляє собою концепцію управління бізнесом, орієнтовану на задоволення очікувань всіх зацікавлених сторін у комплексному стійкому економічному, соціальному й екологічному розвитку, що відповідає потребам нашого часу і не ставить під загрозу можливості й прагнення майбутніх поколінь. Дана концепція включає в себе два основних аспекти (рівні) діяльності бізнесу:

1) виконання бізнесом зобов'язань, приписуваних податковим, трудовим, екологічним чи іншим законодавством (наприклад, своєчасна виплата заробітної платні, сплата податків та ін.). Даний аспект складає базовий рівень корпоративної соціальної відповідальності;

2) готовність добровільно нести необов'язкові витрати на соціальні потреби зверх норми, встановленої податковим, трудовим, екологічним чи іншим законодавством, виходячи не з вимог закону і умов договорів, а з моральних, етичних міркувань (наприклад, підвищення кваліфікації кадрів, благодійна діяльність та ін.). Отже, концепція корпоративної соціальної відповідальності об'єднує два ключових напрями управління ризиком інноваційної діяльності підприємства – зниження негативних наслідків і підсилення сприятливих можливостей. Розглянута концепція має високий

потенціал залучення бізнесу в рішення основних проблем сучасного етапу розвитку України шляхом формування сприятливих для бізнесу довгострокових перспектив.

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ

1. Розкрийте сутність поняття «ризик». Класифікація ризиків.
2. Назвіть принципи управління інноваційними ризиками. В чому їх відмінність?
3. Які існують методи і інструменти управління інноваційним ризиком?

ТЕМА 14 ОХОРОНА ПРАВ ТА ЕКОНОМІКА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ ЯК СКЛАДОВА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

14.1 Охорона та захист прав інтелектуальної власності

14.2 Стан правової охорони об'єктів інтелектуальної власності

14.3 Економіка інтелектуальної власності

14.1 Охорона та захист прав інтелектуальної власності

Стрімке зростання ролі та значення інтелектуальної діяльності у соціально-економічному розвитку суспільства, утвердження творчої розумової праці як найважливішого чинника успішного виробничого та комерційного функціонування сучасних високотехнологічних підприємств, підвищення їхньої конкурентоспроможності на внутрішньому і зовнішньому ринках загострює проблему створення надійної та ефективної системи охорони та захисту прав на об'єкти інтелектуальної власності.

Результати інтелектуальної діяльності охороняються у зв'язку з існуванням їхньої ринкової цінності; їх залученням до ринкового обігу, що потребує специфікації відповідних прав власності. Поза системою ринкових відносин така охорона є неможливою і недоцільною.

За сучасних умов охорона та захист прав інтелектуальної власності є найважливішою інституцією регулювання відносин у цій сфері.

Світовий досвід переконує, що ефективний механізм охорони прав інтелектуальної власності є важливим елементом економічної політики, спрямованої на стимулювання та розвиток наукових досліджень, упровадження інновацій та прискорення науково-технічного прогресу; сприяє залученню інвестицій до інноваційних проектів, зростанню зайнятості, підвищенню економічного добробуту населення тієї чи іншої країни; стимулює розвиток міжнародної торгівлі, відіграє важливу роль у підвищенні конкурентоспроможності національних економік у глобальному ринковому середовищі; перетворюється на глобальну проблему, пов'язану з економічною

безпекою окремих держав, що вимагає стратегічних підходів до її вирішення на наднаціональному рівні.

Необхідність охорони та захисту прав інтелектуальної власності зумовлена такими потребами: забезпечення інтересів творців шляхом надання їм обмежених у часі прав щодо контролю над використанням власних творів; стимулювання творчої інтелектуальної праці, заохочення творчої активності та впровадження її результатів у інтересах соціально-економічного прогресу суспільства; активізації інвестиційної та інноваційної діяльності, впровадження досягнень науково-технічного прогресу та нововведень у всі сфери суспільного життя; створення цивілізованого ринкового середовища, надійного захисту суб'єктів господарювання від недобросовісної конкуренції, пов'язаної з неправомірним використанням об'єктів інтелектуальної власності; захисту економічної безпеки держав за умов глобалізації світогосподарського розвитку, створення сприятливих умов для трансферу нових технологій; поширення інформації, уникнення втрат внаслідок дублювання зусиль, спрямованих на пошук шляхів вирішення нагальних науково-технологічних і соціально-економічних проблем; захисту інтересів суспільства щодо вільного доступу до світової інтелектуальної скарбниці.

Необхідно розрізняти: **охорону прав інтелектуальної власності** – встановлення системи правових норм, що регулюють відносини з приводу створення і використання об'єктів інтелектуальної власності; і **захист прав інтелектуальної власності** – сукупність заходів, спрямованих на визнання та відновлення прав інтелектуальної власності у випадку їх порушення.

У загальнозживаному розумінні «**інтелектуальна власність**» – це права на результати розумової діяльності людини в науковій, художній, виробничій та інших сферах, які є об'єктом цивільно-правових відносин у частині права кожного володіти, користуватися і розпоряджатися результатами своєї інтелектуальної, творчої діяльності, які, будучи благом нематеріальним, зберігаються за його творцями і можуть використовуватися іншими особами лише за узгодженням з ними, крім випадків, зазначених у законі. При цьому процес інтелектуальної діяльності як такий (за винятком організаційних, майнових та інших передумов творчої праці) право не регулює. Лише після завершення процесу творчості створенням нових результатів у сфері науки, техніки, літератури і мистецтва вступають у дію норми цивільного права, що забезпечують суспільне визнання відповідного об'єкта, встановлюють його правовий режим, а також охорону прав і законних інтересів його творця. Самі ж об'єкти інтелектуальної власності об'єктами майнових прав не є. Будь-який винахід (корисна модель, промисловий зразок тощо) – це розв'язок задачі, розкриття суті нового об'єкта техніки, яке є твором лише тоді, коли воно має споживчу вартість.

Для будь-якого підприємства часто дуже важливо одержати інформацію про виробництво. Права на таку інформацію, а також інші права, що виникають у процесі виробництва, називають **правами промислової власності**.

Є багато видів таких прав:

- винаходи, у тому числі нові технології;

- конфіденційна інформація (комерційна таємниця);
- знаки для товарів і послуг;
- ноу-хау;
- фірмові найменування;
- промислові зразки.

Найважливішим механізмом захисту інтелектуальної власності за сучасних умов є патентна система, покликана забезпечити баланс інтересів суспільства і творців таких об'єктів промислової власності, як винаходи, корисні моделі, промислові зразки тощо.

В основі цієї системи лежить **патентне право** – сукупність правових норм, що регламентують систему охорони об'єктів промислової власності шляхом видачі патентів.

За своєю природою патентне право є виключним правом, що належить до науково-технічної сфери творчої інтелектуальної діяльності. Його носій може сам використовувати об'єкти інтелектуальної власності, що охороняються, давати дозвіл на використання цих об'єктів певним особам і водночас забороняти усім іншим суб'єктам господарювання використовувати цей об'єкт без дозволу патентовласника. *Патентне право характеризується:*

- територіальним принципом охорони, згідно з яким патент видається відповідно до національного законодавства і всі пов'язані з ним права географічно обмежені кордонами країни чи регіону;

- видачею патентними органами відповідно до передбаченої законом процедури спеціального охоронного документа (патенту, свідоцтва), який діє протягом певного терміну, по закінченні якого об'єкт інтелектуальної власності переходить у суспільну власність.

Таким чином, продукти людської творчості перетворюються на об'єкти патентного права у випадках, пов'язаних з прикладними аспектами використання результатів науково-технічних досліджень за умов об'єктивної ймовірності створення ідентичних об'єктів різними особами незалежно одна від одної, що зумовлює необхідність формальної процедури встановлення пріоритету (першості) творця того чи іншого інтелектуального продукту.

За цих умов патентування виконує дві основні функції:

- 1) оборонну, спрямовану на захист від конкурентів завойованих сегментів ринку;

- 2) агресивну, спрямовану на завоювання нових сегментів ринку.

Основні принципи патентного права: надання правової охорони лише тим об'єктам інтелектуальної власності, які офіційно визнані патентоспроможними на основі критеріїв новизни, неочевидності та промислової придатності; «патентна чистота» об'єктів промислової власності, що вимагає використання останніх без порушення патентних прав інших осіб; визнання за власником патенту виключних прав на використання запатентованих об'єктів інтелектуальної власності та встановлення санкцій за порушення цих прав; узгодження інтересів власників патентів і суспільства в цілому на основі запровадження винятків зі сфери патентної монополії, продиктованих суспільними потребами.

Патент – це державний охоронний документ на нове технічне рішення у певній галузі, що засвідчує його першість (пріоритет) та авторство і встановлює виключні права патентовласника, дійсні на території держави, де був виданий цей охоронний документ, протягом законодавчо встановленого терміну.

Шляхом надання власнику юридичного захисту на певний термін патенти формують специфічні правила ринкового обігу відповідних об'єктів інтелектуальної власності. Патентна система захисту прав інтелектуальної власності: стимулює індивідів до заняття творчою розумовою діяльністю; створює можливості для широкого використання нових винаходів, корисних моделей, промислових зразків тощо; є своєрідним механізмом недопущення несанкціонованого використання об'єктів інтелектуальної власності.

Згідно з визначенням Всесвітньої організації інтелектуальної власності «Патент є виключним правом, наданим на винахід, який може бути продуктом чи способом, які дозволяють зробити будь-що по-новому або пропонують нове технічне рішення задачі».

Охорона патентів на винаходи передбачає, що будь-який суб'єкт господарювання, який бажає використовувати той чи інший винахід повинен отримати дозвіл на його використання у власника патенту.

Крім патентів практиці відомі й інші засоби охорони винаходів. Наприклад, законодавство КНДР, Монголії, Куби, колишнього Радянського Союзу регламентувало видачу такого охоронного документа, як авторське свідоцтво на винахід. Авторське свідоцтво видавалося державними органами авторам (співавторам) винаходу і засвідчувало визнання нового технічного рішення винаходом, пріоритет винахідника, його авторство. Водночас власником прав на винахід проголошувалась держава, яка виплачувала винахіднику певну винагороду.

За сучасних умов суб'єкти господарювання патентують винаходи з метою підвищення власної конкурентоспроможності, створення перешкод для виходу суперників на певний сегмент ринку, захоплення нових ринкових ніш, у тому числі на світових ринках товарів і послуг. Водночас патентування винаходів має вибірковий характер, оскільки: фірми патентують винаходи, призначені для власного споживання, продаж ліцензій та комерційного використання у тих сферах, які здатні забезпечити максимальний ефект; фірми не патентують винаходи, у яких термін проходження заявки у патентному відомстві перевищує термін їх комерційної реалізації, а також конкурентоспроможні «піонерні» винаходи, секрети яких можуть бути збережені й захищені як «ноу-хау» (наприклад, секрет виробництва французьких парфумів «Шанель № 5» або секрет виробництва екстракту для «Coca-Cola» тощо).

Водночас загальною світовою тенденцією стає зростання кількості так званих службових винаходів, за яких власниками патентів є не окремі особи (автори), а їх правонаступники – приватні фірми або державні заклади. Насамперед це стосується винаходів, здатних забезпечити вагому економічну віддачу. Коли винаходи мають не прикладний, а теоретичний характер і не обіцяють швидкої віддачі, фірми займають менш жорстку позицію стосовно інших авторів.

На відміну від патентного права, охорона секретів виробництва та комерційних таємниць не пов'язана з реєстрацією та формальною процедурою видачі охоронного документа. До незаконних способів одержання секретів виробництва відносять промислове шпигунство (крадіжка за допомогою злому чи електронних засобів), хабарництво (підкуп працівників з метою порушення ними зобов'язань щодо конфіденційності) та неналежне відрекомендування (видання себе за іншу особу, в тому числі посадову). Водночас ідентифікація певної інформації як секретної передбачає здійснення низки заходів, спрямованих на збереження її конфіденційності (в тому числі шляхом укладення угод про нерозголошення і з суб'єктами, що мають доступ до цієї інформації).

Слід враховувати, що термін дії секретів виробництва та комерційних таємниць є необмеженим, водночас є значні ризики випадкового чи ненавмисного розкриття секретної інформації, її незалежного пере відкриття, в результаті чого секрети виробництва перестають існувати. Інший недолік секретів виробництва (порівняно з об'єктами патентного права) пов'язаний з обмеженими можливостями їх захисту та значно нижчою ймовірністю отримання компенсації у випадку їх порушення. Наприклад, охорона ноу-хау здійснюється, як правило, на основі ліцензійної угоди і оформляється як абсолютно конфіденційна інформація. Водночас охорона ноу-хау не пов'язана з державною реєстрацією та оформленням спеціального охоронного документа. Будь-яка юридична чи фізична особа, яка самостійно розробила або добросовісно придбала ноу-хау, визнається правомочною щодо володіння останньою. Відтак у випадку незалежного створення ідентичних ноу-хау кількома незалежними авторами, їх охорона стає проблематичною.

Водночас, на відміну від інших об'єктів інтелектуальної власності, відповідальність за порушення секретів виробництва впливає не з факту копіювання чи використання певної інформації, а насамперед з огляду на використання незаконних методів їх отримання. Крім того, на відміну від патентної охорони, охорона секретів виробництва не надає їх власникам виключних прав на використання відповідної інформації. Інші особи можуть використати цю інформацію, якщо вони здобули її законним способом (шляхом проведення самостійних досліджень, аналізу загальнодоступної літератури тощо).

Як же здійснюється охорона авторських і суміжних прав? *Авторське право* регулює відносини щодо створення та використання наукових, літературних і мистецьких творів та охороняється без реєстрації та формальної експертизи в державних органах.

Водночас автор твору для сповіщення про свої права може використовувати знак охорони авторського права, який розміщується на кожному екземплярі твору і складається з трьох елементів: латинської букви «С» у колі – ©, імені автора та року першого опублікування твору. Крім того, для забезпечення ідентифікації твору та отримання гонорару за його використання можлива реєстрація цього твору в авторсько-правових товариствах. На практиці використовується також нотаріальне засвідчення

авторського права на твір, що ґрунтується на юридичному засвідченні підпису автора на оригіналі твору.

Важливими положеннями авторського права є те, що, по-перше, воно поширюється не на ідеї, концепції та системи, а лише на форму їх вираження; по-друге, відтворення твору, який захищається авторським правом з метою використання не захищеної патентом Ідеї, концепції чи системи, не визнається порушенням; по-третє, бланки або форми, що використовуються для запису Інформації (хронологічні карти, бухгалтерські книги, щорічники тощо), не підпадають під дію положень про захист авторського права, оскільки на них поширюється положення про патенти.

Авторське право виникає автоматично (за умов, що оригінальна робота автора зафіксована у придатному для сприйняття іншими особами вигляді), має територіальний принцип охорони (твори громадян певної держави, створені та оприлюднені на її території, будуть охоронятись на території інших держав за умов підписання відповідних міждержавних угод) і регламентує охорону твору протягом певного періоду (як правило, протягом життя автора і ще 50 років після його смерті).

Необхідність охорони та захисту *суміжних прав* зумовлена розвитком сучасних технологій, які уможливають репродукування інтелектуальних продуктів без повторення усіх етапів їх створення, виготовлення якісних копій з уже існуючих записів, їх поширення та комерційну експлуатацію.

Для сповіщення третіх осіб щодо своїх виключних прав та попередження їх порушення творці суміжних прав використовують знак охорони суміжних прав, який складається з трьох елементів: латинської букви «R» у колі: ®, імені (найменування) власника суміжних прав, року першого випуску твору. Відсутність такого знака не позбавляє власника суміжних прав можливостей їх охорони та захисту, однак може створювати певні труднощі під час реалізації відповідних заходів.

Розвиток новітніх інформаційних технологій дає змогу суттєво знизити вартість тиражування інтелектуальних продуктів, однак легальні виробники не поспішають знижувати ціни на свою продукцію, що провокує так зване піратство. Під «**піратством**» у сфері інтелектуальної власності розуміють використання об'єктів авторського права і суміжних прав з метою отримання комерційної вигоди без згоди правовласників.

Важливою проблемою, що виникає за умов формування інформаційного суспільства, є проблема правової охорони таких новітніх об'єктів інтелектуальної власності, як програми для ЕОМ та бази даних. Це зумовлено зацікавленістю виробників електронно-обчислювальної техніки та програмного забезпечення до неї в отриманні максимального прибутку та недопущенні так званого програмного піратства (незаконного копіювання програм для ЕОМ, використання товарних знаків загальновідомих фірм – виробників програмного забезпечення тощо). Найпоширенішими порушеннями виключних прав на програми для ЕОМ є продаж контрафактних екземплярів цих програм, розміщених на компакт-дисках, їх несанкціоноване установлення на жорстких

дисках комп'ютерів, що пропонуються на продаж, поширення контрафактних копій програм через глобальні комп'ютерні мережі.

Однією з дискусійних є проблема співвідношення двох підсистем правової охорони об'єктів інтелектуальної власності: патентного та авторського права. У зв'язку з цим є три типи правових систем:

- *кумулятивна (суміщена) правова система* охорони промислових зразків, яка включає сумісне використання двох типів охорони — авторського права і патентного права; така система, наприклад, широко використовується у Франції на основі застосування до результатів творчої праці принципу «єдності мистецтва»;

- *сепаратна*, (доктрина поділу), яка не допускає суміщення законодавства про авторське право та патентного законодавства; при цьому авторське право застосовується виключно до об'єктів інтелектуальної власності, що не мають промислового або комерційного використання, як, наприклад, у Італії, Великій Британії, Португалії;

- *проміжна*, яка допускає часткове суміщення норм авторського права і права промислової власності; така система має місце в Німеччині, Швейцарії, Іспанії та інших країнах.

На думку сучасних дослідників, комп'ютерні програми та інші комп'ютерно-орієнтовані Інформаційні об'єкти можна розглядати як промислові зразки і корисні моделі, що актуалізує проблему застосування до них кумулятивної правової системи.

Щодо баз даних (об'єктивної форми представлення та організації сукупності даних, систематизованих таким чином, щоб вони могли бути знайдені й опрацьовані з допомогою ЕОМ), то їх правова охорона подібна до охорони збірок літературних творів. Відтак ці інтелектуальні продукти охороняються незалежно від того, чи є їх складові (дані, на яких вони ґрунтуються) об'єктами авторського права. Водночас, якщо бази даних включають об'єкти інтелектуальної власності, що охороняються, авторське право на них визначається лише за дотримання авторських прав на кожний із творів, що належить до бази даних. При цьому існування авторського права на базу даних не перешкоджає іншим особам самостійно здійснювати підбір і організацію даних, що входять у цю базу. За сучасних умов як і бази даних також охороняються так звані цифрові фотографії, отримані з допомогою цифрової фотокамери, оскільки використовуючи останню фотограф є автором не фотографічного твору, а цифрового зображення певного об'єкта, що охороняється авторським правом як база даних.

Отже, на сьогодні практично у всіх країнах визнаються права інтелектуальної власності, хоча коло визнаних прав може відрізнитися, - наприклад, у деяких країнах не визнаються права на процес виробництва лікарських засобів, а визнаються тільки права на самі лікарські засоби. Є розбіжності в підходах до процедури реєстрації прав інтелектуальної власності (там, де така реєстрація потрібна). Наприклад, в одних країнах будь-яка особа, що подала необхідні документи, може отримати патент на винахід. В інших

країнах орган з реєстрації також здійснює експертизу заявки і вирішує, чи дійсно мав місце винахід.

Що особливо важливо, не у всіх країнах можна домогтися захисту прав інтелектуальної власності. Захист може бути слабким або зовсім відсутнім. Це відбувається з різних причин, наприклад:

- законодавство про процедуру захисту прав сформульовано так, що інтелектуальну власність неможливо захистити;

- законодавство «добре», але не виконується, наприклад, через невисокий професіоналізм суддів або з економічних причин - немає засобів для вжиття всіх необхідних заходів.

Потрібно зазначити, що деякі країни (насамперед ті, що розвиваються) не захищають інтелектуальну власність свідомо, помилково розраховуючи в такий спосіб штучно збільшити свій економічний потенціал.

Щоб подолати ці труднощі, у 1994 р. було укладено Угоду про аспекти прав інтелектуальної власності (скорочено – ТРІПС, за аббревіатурою англійської назви).

Основні вимоги ТРІПС:

- повинні визнаватися права інтелектуальної власності;

- ці права повинні захищатися. ТРІПС особливу увагу приділяє цивільним (судовим) заходам захисту, хоча вимагає захищати права інтелектуальної власності і за допомогою інших заходів: прикордонних (конфіскація на кордоні товарів, виготовлених із порушенням прав інтелектуальної власності); адміністративних (минаючи суд); кримінальних;

- захист прав інтелектуальної власності повинен бути ефективним;

- держави не повинні припускати дискримінації між вітчизняними й іноземними держателями прав, а також між держателями прав із різних країн.

Участь у ТРІПС є обов'язковою умовою членства у СОТ, куди прагне вступити й Україна.

14.2 Стан правової охорони об'єктів інтелектуальної власності

Наявна нормативно-правова база інноваційної діяльності в Україні досить розвинута та постійно вдосконалюється, але реальний вплив її на розвиток науки й інноваційні процеси ще недостатній. Основою будь-якої інновації є, як правило, інтелектуальна власність. Об'єкти інтелектуальної власності є результатом творчої діяльності людини. Підприємство може стати власником об'єкта інтелектуальної власності, яка є основою інновації, так: шляхом її реєстрації (якщо інновація є власністю підприємства) або відповідно до договорів розпорядження майновими правами. Відповідно до ст. 1107 Цивільного кодексу України [1], існують такі види договорів у сфері інтелектуальної власності: договір про передачу виключних майнових прав інтелектуальної власності; договір про сумісне розпорядження виключними майновими правами, ліцензійний договір та інші види договорів. Одною з договірних конструкцій є ліцензія на використання об'єкта права інтелектуальної власності, яка є одностороннім правочином і не може

розглядатися як вид договору. Треба зауважити, що ліцензія може бути оформлена як самостійний документ або шляхом укладання ліцензійного договору.

Новим для нашого законодавства є договір комерційної концесії (глава 76 Цивільного кодексу України). Предметом договору комерційної концесії є право на використання комерційних найменувань, торговельних марок, промислових зразків, винаходів, комерційних таємниць, комерційного досвіду, ділової репутації. Підприємства можуть укладати й інші договори стосовно об'єктів інтелектуальної власності. Головне, щоб їх умови не суперечили нормативним законодавчим актам України.

Охорона інтелектуальної власності в інформаційному суспільстві потребує нових концепцій. З початком цифрової ери з'явилися нові форми товарів та послуг, які надаються через інформаційну супермережу. Мережі, що існують в сучасному суспільстві, активно використовуються для комерційних, навчальних і дослідницьких цілей. Нові технологічні можливості також активно використовуються для самореалізації митців та поширення творчого продукту. Використання мережі робить цей продукт юридично незахищеним, якщо застосовувати лише традиційні способи правового забезпечення. У 1995 році було прийнято Зелену книгу «Авторське право та суміжні права в інформаційному просторі», яка висвітлила низку важливих питань, а саме: юридичну базу функціонування інформаційного суспільства, майнові й моральні права суб'єктів авторського права та суміжних прав, найбільш поширені способи використання їхніх прав, технічні проблеми ідентифікації й захисту об'єктів права.

Одним із найбільш перспективних напрямів економічного розвитку країни та галузі є розвиток інтелектуального виробництва. Населення України, маючи високий рівень загальної та вищої освіти, тобто значний інтелектуальний потенціал, значно поступається країнам Західної Європи у виробітку інтелектуального продукту. Кількість інновацій у сфері промислової власності, особливо тих інновацій, які мають правову охорону в Україні: винаходів, корисних моделей і промислових зразків, за останні 5 років суттєво не збільшилася.

За даними Державного департаменту інтелектуальної власності України, кількість патентів за останні п'ять років зросла так: на винаходи – на 4,76%, на корисні моделі – на 13,75%, а на промислові зразки знизилася на 30,56%. Значно зросла за цей період тільки кількість зареєстрованих знаків для то варів і послуг на 27,04% [2]. За проведеними дослідженнями однією із причин, яка стримує зростання кількості заявок на винаходи, корисні моделі та промислові зразки, є досить велика вартість оформлення заявки. Також негативний вплив на зменшення кількості заявок чинять і тривалі терміни оформлення заявки та низька матеріальна зацікавленість працівників підприємств (а саме цей чинник є найвагомим для України) в розробці різних видів нововведень. За тарифами на інформаційно-аналітичні послуги Українського центру інноватики та патентно-інформаційних послуг [3] сформована мінімальна та максимальна вартість набуття об'єктом прав промислової власності. Витрати на оформлення

заявки на винахід або корисну модель становлять в середньому від 6 970 грн до 23 760 грн. Оформлення заявки на промисловий зразок обійдеться дещо дешевше, від 4 800 грн до 15 600 грн. Не кожне підприємство чи винахідник має такі гроші, щоб подати заявку та отримати патент. Права інтелектуальної власності стають одним із найбільш вартісних елементів інноваційного продукту. Ще одним негативним чинником, який стримує зростання кількості патентів, є тривалий час очікування оформлення патенту. Від дня по дачі заявки до дня отримання патенту в Україні для корисної моделі в середньому проходить 4-8 місяців, для винаходу 1,5–2 роки. При розвитку інформаційного типу економіки такі тривалі терміни оформлення прав інтелектуальної власності будуть недоцільними.

14.3 Економіка інтелектуальної власності

Оцінка вартості прав на об'єкти інтелектуальної власності

Вартість є однією з основних ознак товару. Щоб продати права на об'єкти інтелектуальної власності чи використати їх у власному виробництві, необхідно визначити їхню вартість.

Відповідно до Міжнародних стандартів оцінки (МСО-1 ... МСО-4) розрахунки вартості прав на об'єкти інтелектуальної власності можуть виконуватися при визначенні:

- оподаткованої бази майна підприємств;
- вартості виключних прав, переданих на основі ліцензійного договору чи договору про їхню переуступку;
- вартості об'єктів інтелектуальної (промислової) власності, що вносяться до статутного капіталу підприємства;
- розміру компенсації що необхідно виплатити згідно з чинним законодавством право володільцю за порушення його виключних (майнових) прав на об'єкт інтелектуальної власності.

Необхідність оцінки вартості прав на об'єкти інтелектуальної власності виникає також при постановці їх на бухгалтерський облік, приватизації, страхуванні, передачі у заставу з метою отримання кредиту, банкрутстві підприємства тощо.

Прийоми, що застосовуються для визначення вартості прав на об'єкти інтелектуальної власності, можна розділити на три групи: підходи, методи і методики. *Підходи* дають принципи визначення вартості. *Методи* визначають процедуру розрахунку вартості. *Методики* розглядають застосування того чи іншого методу стосовно конкретних об'єктів інтелектуальної власності та конкретних цілей розрахунку.

Оцінка вартості прав на конкретний об'єкт інтелектуальної власності у конкретному випадку їхнього використання є досить складною процедурою й у кожному випадку вимагає унікального рішення задачі. Однак при усьому різноманітті таких випадків існує три загальновизнаних підходи до оцінки прав на об'єкти інтелектуальної власності: витратний підхід, порівняльний (ринковий) підхід, дохідний підхід.

Витратний підхід (підхід на основі активів) заснований на припущенні, що вартість об'єкта інтелектуальної власності дорівнює вартості витрат на його створення, доведення до робочого стану й амортизацію. Цей підхід до розрахунку вартості влаштовує покупця, тому що він може документально відстежити витрати на створення об'єкта інтелектуальної власності і, таким чином, переконатися, що ця вартість виправдана. Але він не вигідний для продавця, оскільки останній одержить суму, рівну тільки понесеним витратам на створення об'єкта інтелектуальної власності, тобто без прибутку.

Порівняльний (ринковий) підхід до оцінки вартості прав на об'єкти інтелектуальної власності припускає використання прийому порівняння продажів. Сутність підходу полягає в порівнянні об'єкта, що оцінюється, з аналогічними по призначенню, якості і корисності об'єктами, які були продані на цей час на аналогічному ринку. Цей підхід дає так звану «справедливу ціну», тобто таку ціну, за яку продавець, який володіє інформацією про ринкову вартість аналогічних об'єктів, готовий продати об'єкт інтелектуальної власності, а покупець, який також володіє повною інформацією про об'єкт інтелектуальної власності і ринкову вартість аналогічних об'єктів, готовий купити даний об'єкт інтелектуальної власності. Тобто ціна встановлюється ринком і влаштовує як продавця, так і покупця.

Дохідний підхід припускає, що ніхто не стане вкладати свій капітал у придбання того чи іншого об'єкта інтелектуальної власності, якщо такий же дохід можна одержати будь-яким іншим способом. Суть підходу полягає в тому, що вартість прав на ОІВ визначають як функцію доходу, що може принести використання даного ОІВ у майбутньому.

Для розрахунку поточної вартості об'єкта оцінки застосовують два основних прийоми - дисконтування і капіталізації доходу.

Методи оцінки

У рамках кожного підходу існує один або декілька методів оцінки. Зв'язок між підходами і методами оцінки представлений у таблиці 14.1. Перелік наведених методів не є вичерпним.

Метод прямого відтворення активу визначає суму витрат, які є необхідними для створення нової точної копії активу, що оцінюється. Ці витрати повинні ґрунтуватися на сучасних цінах та сировині, матеріалах, енергоносіях, комплектуючих виробках, інформації, а також на середньогалузевій вартості робочої с певної кваліфікації. Метод прямого відновлення є переважним методом розрахунку вартості унікальних нематеріальних активів.

Таблиця 14.1 – Зв'язок між підходами до оцінки об'єктів інтелектуальної власності та методами оцінки

Підхід до оцінки	Метод оцінки
Витратний підхід	Метод прямого відтворення Метод заміщення Метод вихідних витрат
Порівняльний (ринковий) підхід	Метод порівняння продажів
Дохідний підхід	Метод прямої капіталізації доходів Методи непрямої капіталізації доходів: надлишкового прибутку; роялті; звільнення від роялті.

Метод заміщення використовує принцип, який стверджує, що максимальна вартість власності визначається мінімальною вартістю, яку необхідно сплатити під час придбання активу аналогічної корисності або з аналогічною споживчою вартістю. Ця вартість має назву вартості нового активу, який є еквівалентним за функціональними можливостями і варіантами його використання, але не обов'язково подібного об'єкта інтелектуальної власності, що заміщується.

Метод вихідних витрат базується на фактично наведених витратах, що вибрані з бухгалтерської звітності підприємств за кілька останніх років. Особливо треба звернути увагу на дві обставини: їх розмір і строк створення активу. Витрати, які були проведені раніше, за необхідності повинні бути скореговані у відповідному напрямку, а потім проіндексовані з врахуванням їх строку давності.

Витратний метод найчастіше використовується для оцінки нематеріальних активів, які не беруть участі в формуванні майбутніх прибутків і які не приносять прибутку на цей час, наприклад, коли нематеріальні активи, що оцінюються, мають соціальне значення або беруть участь в оборонних програмах, програмах безпеки державного або регіонального значення.

Метод порівняння продажів по суті співпадає з порівняльним підходом. Визначена за цим методом ціна об'єкта інтелектуальної власності є найбільш достовірною, оскільки вона сформована ринком. Однак в Україні з низки причин (відсутність розвиненого ринку об'єктів інтелектуальної власності, недоступність баз даних про результати продажу об'єктів інтелектуальної власності тощо) цей метод практично не використовується.

Метод прямої капіталізації заснований на переведенні прибутку від комерційного використання об'єкта інтелектуальної власності у вартість останнього. Цей метод використовують найчастіше як експрес-метод для розрахунку залишкової вартості, а іноді — для оцінки активів, строк життя яких практично не визначений. Процедура цього метода включає, по-перше, виявлення джерел і розмірів чистого прибутку, по-друге, виявлення ставки капіталізації, і, по-третє, визначення вартості активу як добутку від ділення чистого прибутку на ставку капіталізації.

Метод надлишкового прибутку заснований на припущенні того, що продукція, яка виготовлена з використанням об'єкта інтелектуальної власності, приносить додатковий прибуток в порівнянні з продукцією, яка виготовляється без використання цього об'єкта інтелектуальної власності.

Розрахунок вартості проводиться за формулою:

$$PV = \sum_{t=1}^n C_t \frac{1}{(1+i)^t}$$

де: PV – розрахункова вартість об'єкта інтелектуальної власності;

t – розрахунковий період (роки);

C_t – грошовий потік (надлишковий прибуток) в періоді t ;

i – ставка дисконту (зменшення).

Метод роялті визначає вартість об'єкта інтелектуальної власності як частку від бази роялті (доходу, прибутку, вартості основної сировини). Розмір цієї частки має назву ставки роялті:

$$PV = \sum_{i=1}^n C_i \cdot R.$$

де: C_i – грошовий потік (база роялті), грн.;

R – ставка роялті, %.

Метод звільнення від роялті передбачає розрахунок вартості об'єкта інтелектуальної власності за формулою:

$$PV = \sum_{i=1}^n C_i \cdot R \cdot \frac{1}{(1+i)^i}.$$

де: C_i – грошовий потік (база роялті), грн.

i – ставка дисконту, %.

Отже, забезпечення надійного захисту інтелектуальної власності в Україні останнім часом набуло значної актуальності. Від її ефективного вирішення значною мірою залежить збереження та примноження інтелектуального потенціалу, культурної спадщини, міжнародного авторитету, а також покращення загальної криміногенної ситуації в нашій державі.

Якщо проаналізувати досвід розвинутих світових держав, можна зробити висновок, що добре налагоджена система суспільних відносин у сфері інтелектуальної власності є невід'ємною складовою досягнення високого економічного і соціального рівня життя суспільства. Охорона інтелектуальної власності сприяє використанню та подальшому розвитку місцевих винахідницьких і творчих талантів, наукових досягнень, підтримує та зберігає національний потенціал у сфері інтелектуальної діяльності та залучає інвестиції, стабілізуючи економічний стан, за якого як вітчизняні, так і зарубіжні інвестори можуть бути впевнені в тому, що їхні права будуть поважатися.

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ

1. Розкрийте сутність охорони та захисту прав інтелектуальної власності. В чому їх відмінність?
2. Права промислової власності.
3. Як здійснюється охорона авторських і суміжних прав?
4. Які існують підсистеми правової охорони об'єктів інтелектуальної власності. В чому їх різниця?
5. В чому причина зменшення кількості заявок на винаходи, корисні моделі, промислові зразки і т.д.?
6. Назвіть підходи і методи оцінки вартості прав на об'єкти інтелектуальної власності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

Основні джерела

1. Активізація інноваційної діяльності: організаційно-правове та соціально-економічне забезпечення: монографія / [О. І. Амоша, В. П. Антонюк, А. І. Землянкін та ін.]; НАН України. Ін-т економіки пром-сті. – Донецьк: ТОВ «Норд Комп'ютер», 2007. – 328 с.
2. Баранчєєв В. П. Управление инновациями: учебник / В. П. Баранчєєв, Н. П. Масленникова, В. М. Мишин. – Москва : Высшее образование, Юрайт-Издат, 2009. – 711 с.
3. Гриньов А. В. Інноваційний розвиток промислових підприємств: концепція, методологія, стратегічне управління. – Харків : ВД «ИНЖЕК», 2003. – 308 с.
4. Економіка й організація інноваційної діяльності: підручник. — [третє вид.] / О. І. Волков, М. П. Денисенко, А. П. Гречан та ін.; [під ред. проф. О. І. Волкова і проф. М. П. Денисенка]. — Київ : Центр учбової літератури, 2007. – 662 с.
5. Ілляшенко С. М. Управління інноваційним розвитком: проблеми, концепції, методи: [навчальний посібник] / С. М. Ілляшенко. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2003. – 278 с.
6. Інвестиційний менеджмент: Підручник Гриньова В. М., Коюда В. О., Лепейко Т. І., Коюда О. П., Великий Ю. М. – Харків : ВД «ИНЖЕК», 2011. – 544 с.
7. Інноваційний розвиток економіки: модель, система управління, державна політика / За ред. док. екон. наук, проф. Л. І. Федулової. – Київ : «Основа», 2005. – 552 с.
8. Методичні вказівки до проведення практичних занять з дисципліни «Інноваційний розвиток підприємства» для студентів 5 курсу спеціальностей денної форми навчання 8.03050401 – Економіка підприємства і 8.03050901 – Облік і аудит та для студентів 6 курсу заочної форми навчання спеціальності 8.03050901 – Облік і аудит) / Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова; уклад.: М. С. Владимірова. – Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2015. – 30 с.
9. Маркетинг і менеджмент інноваційного розвитку : монографія; за заг. ред. С. М. Ілляшенка. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2006. – 728 с.
10. Павленко І. А. Інноваційне підприємництво у трансформаційній економіці України: Монографія. – К.: КНЕУ, 2007. – 248 с.
11. Регіональна інноваційна система: теорія і практика: Монографія / Під науковою редакцією докт. екон. наук, професора В. С. Пономаренко. – Харків : ВД «ИНЖЕК», 2011. – 544 с.

12. Соловйов В. П. Інноваційний розвиток регіонів: питання теорії та практики: Монографія/ Соловьев В. П., Кореняко Г. І., Головатюк В. М. – Київ : Феникс, 2008. – 224 с.
13. Стратегія інноваційного розвитку України на 2010-2020 роки в умовах глобалізаційних викликів / за заг. ред. В. І. Полохала. – Київ : Парламентське вид-во, 2009. – 632 с.
14. Україна у вимірі економіки знань / За ред. акад. НАН України В. М. Гейця. – Київ : «Основа», 2006. – 592 с.
15. Федулова Л. І. Інноваційна економіка. – Київ : Либідь, 2006. – 478 с.

Допоміжні джерела

1. Антонюк Л. Л., Поручник А. М., Савчук В. С. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації: Монографія. – Київ : КНЕУ, 2003. – 250 с.
2. Бубенко П. Т. Регіональні аспекти інноваційного розвитку: монографія / П. Т. Бубенко. – Харків : НТУ «ХП», 2002. – 316 с.
3. Геєць В. М. Інноваційні перспективи України / В. М. Геєць, В. П. Семиноженко. – Харків : Константа, 2006. – 272 с.
4. Закон України «Про інноваційну діяльність» // Відомості Верховної Ради України. – 2002. – № 36.
5. Інноваційна стратегія українських реформ / А. С. Гальчинський, В. П. Семиноженко. – Київ : Знання України, 2002 – 336 с.
6. Краснокутська Н. В. Інноваційний менеджмент : навчальний посібник / Н. В. Краснокутська. – Київ : КНЕУ, 2003. – 504 с.
7. Проблеми та пріоритети формування інноваційної моделі розвитку економіки України / Я. А. Жаліло, С. І. Архієреєв, Я. Б. Базилюк та ін. – Київ : НУСД, 2006. – 120 с.

Інформаційні ресурси

1. Цифровий репозиторій ХНУМГ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://eprints.kname.edu.ua>
2. Наукова та інноваційна діяльність в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>
3. Ильенкова С. Д. Инновационный менеджмент [Электронный ресурс] / С. Д. Ильенкова. – Режим доступа : <http://www.bookz.com.ua/8/index.htm>.
4. Національна стратегія розвитку «Україна-2015» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.uf.org.ua/uf_forum@ukr.net
5. Сайт агенції з науки і інновацій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.fasi.gov.ru>
6. Сайт Міністерства промислової політики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.industry.com.ua/>
7. Сайт Державного департаменту інтелектуальної власності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sdip.gov.ua>
8. Сайт Державного фонду фундаментальних досліджень [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dffd.gov.ua/>
9. Сайт, присвячений інноваціям та інвестиціям [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://innopolis.info/>

Навчальне видання

БУБЕНКО Павло Трохимович,
ВЛАДИМИРОВА Марія Сергіївна

КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ
з курсу

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА

*(для студентів денної та заочної форм навчання
освітнього рівня магістр спеціальностей 051 – Економіка. Економіка
підприємства і 071 – Облік і оподаткування. Облік і аудит)*

Відповідальний за випуск *О. В. Димченко*

За авторською редакцією

Комп'ютерне верстання *І. В. Волосожарова*

План 2016, поз. 115Л

Підп. до друку 22.06.2016
Друк на ризографі
Тираж 50 пр.

Формат 60x84/16
Ум. друк. арк. 8,1
Зам. №

Видавець і виготовлювач:
Харківський національний університет
міського господарства імені О. М. Бекетова,
вул. Революції, 12, Харків, 61002
Електронна адреса: rectorat@kname.edu.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи:
ДК № 4705 від 28.03.2014 р.