

УДК 330.332

Кадол Л.В.*кандидат технічних наук,
доцент кафедри економіки, організації та управління підприємствами
Криворізького національного університету***Кравчук Л.М.***старший викладач
кафедри економіки, організації та управління підприємствами
Криворізького національного університету*

ПРИНЦИПИ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

Статтю присвячено дослідженню формування інноваційної політики підприємства. Визначено елементи інноваційної політики підприємства та їх функціональні завдання. Стверджується, що інноваційна політика підприємства – це форма стратегічного управління, яка визначає цілі та умови здійснення інноваційної діяльності підприємства та орієнтована на забезпечення його конкурентоздатності.

Ключові слова: інноваційна політика, конкурентоздатність, елементи інноваційної політики, функціональні завдання інноваційної політики, конкурентні переваги.

Кадол Л.В., Кравчук Л.М. ПРИНЦИПЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Статья посвящена исследованию формирования инновационной политики предприятия. Определены элементы инновационной политики предприятия и их функциональные задачи. Утверждается, что инновационная политика предприятия – это форма стратегического управления, которая определяет цели и условия осуществления инновационной деятельности предприятия и ориентирована на обеспечение его конкурентоспособности.

Ключевые слова: инновационная политика, конкурентоспособность, элементы инновационной политики, функциональные задачи инновационной политики, конкурентные преимущества.

Kadol L.V., Kravchuk L.M. THE PRINCIPLES OF FORMATION OF ENTERPRISE INNOVATION POLICY

The article investigates the formation of enterprise innovative policy. Elements of enterprise innovation policy and their functional tasks are identified. Approved, that enterprise innovation policy is a form of strategic management, which defines the objectives and terms of enterprise innovation activity and is focused on promotion its competitiveness.

Keywords: innovation policy, competitiveness, elements of innovation policy, functional tasks of innovation policy, competitive advantages.

Постановка проблеми. На різних етапах становлення держави (період перебудови, час після неї та сьогодення) інноваційна політика підприємств мала свої особливості, від застосування організаційних інновацій (реструктуризація, зміна форм власності) до технічних, від запровадження нових виробів та послуг до нових технологій.

У руслі стратегії європейської інтеграції України розпочався перехід до структурно-інноваційної моделі розвитку, на основі якої прогнозується можливість істотного підвищення конкурентоспроможності вітчизняної економіки та довгострокового її зростання. Цей шлях тісно пов'язаний з активацією інноваційної функції підприємств усіх форм власності.

Ринкові умови господарювання потребують формування конкурентних переваг як на рівні держави, так і на рівні окремого підприємства, тому активізація інноваційно-інвестиційної політики, дослідження механізмів планування та управління інноваційними процесами, дослідження принципів формування підприємствами інноваційної політики є важливим сучасним завданням.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питаннями дослідження принципів інноваційної політики займаються чимало вчених, зокрема Ілляшенко С.М., Геєць В.М., Шипуліна Ю.С., Дудар Т.Г. та ін. Вони визначають, що інноваційна політика підприємства повинна бути орієнтована на забезпечення його конкурентоздатності.

Мета статті полягає у дослідженні елементів інноваційної політики підприємства та їх функціональних завдань.

Виклад основного матеріалу дослідження. Загальновідомо, що необхідність розроблення інноваційної

політики підприємства обумовлена потребою у стратегічному управлінні інноваційною діяльністю. Формування інноваційної стратегії має на меті визначення перспективних напрямів розвитку організації з огляду на її інноваційний потенціал та прогнозовані зміни в зовнішньому середовищі. Вибір найефективніших шляхів і способів реалізації стратегії розвитку здійснюють у процесі тактичного планування інноваційної діяльності. Його основними завданнями є формування портфеля інноваційних проєктів, запровадження яких забезпечить досягнення стратегічних цілей за оптимального використання ресурсних можливостей організації і максимізації майбутніх доходів [1, с. 119].

Керування інноваційним пошуком, виявлення актуальних ефективних інноваційних проєктів є прерогативою інноваційної політики.

Предметом дослідження інноваційної політики підприємства є підприємницька діяльність запровадження нововведень у виробничі процеси, а не саме виробництво взагалі.

Особливість інноваційної діяльності в ринкових умовах полягає передусім в орієнтації на попит споживача. За умов конкуренції сильні позиції матиме підприємство, яке гнучко реагує на потреби ринку й спроможне задовольнити нову потребу. Тобто йдеться про інновацію, яка стає ключовим фактором конкурентоспроможності підприємства, а інноваційна політика – основою підприємницької політики.

Загальновідомо, що «інноваційна політика» – це форма стратегічного управління нововведеннями в суспільстві в умовах країни, галузі, конкретного підприємства.

На рис. 1 представлено принципи формування інноваційної політики підприємства:

1) принцип формування умов для інноваційного розвитку підприємства. Базується на принципах формування інноваційної політики підприємства в межах головної стратегії, які спираються на результати аналізу зовнішнього середовища та тенденцій його зміни у прогнозованому періоді та внутрішньому потенціалі підприємства;

2) принцип орієнтації на потреби ринку з урахуванням створення продукції або послуг, що мають конкурентні переваги;

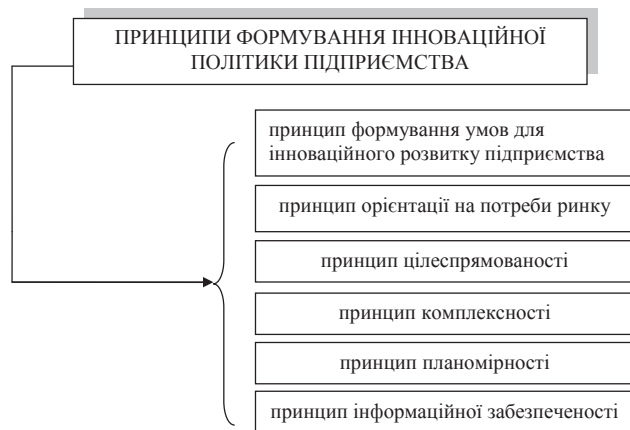


Рис. 1. Принципи формування інноваційної політики підприємства

3) принцип цілеспрямованості дає змогу через чітке визначення цілей вибрати засоби їх здійснення. Побудова «дерева цілей» дає можливість не тільки визначити основні завдання підприємства в реалізації інноваційної політики, а й допоможе узгодити діяльність її підрозділів у розв'язанні проблем, що виникли у зв'язку з непередбаченими обставинами та реалізацією у часі;

4) принцип комплексності вказує на необхідність залучення в процес виробництва механізму орієнтації на інновації всіх внутрішніх елементів підприємства, так як підприємство є цілісним механізмом, в якому зміна напрямів функціонування або завдань одного елемента обов'язково буде пов'язана зі зміною інших елементів, і не завжди такі зміни будуть здійснюватися в бажаному напрямі;

5) принцип планомірності полягає в координації планів усіх підрозділів підприємства і дає змогу враховувати завдання різних інновацій, відмінності у їх створенні та впровадженні. Принцип планомірності дає змогу координувати роботу всього підприємства та передбачає неперервність інноваційних процесів, що відбуваються на підприємстві. Процес формування інноваційної політики є неперервним, циклічним і включає стадії та процедури з прямими та зворотними зв'язками, які використовують для уточнення поточних планів та оперативного моніторингу;

6) принцип інформаційної забезпеченості передбачає формування інноваційної політики підприємства з урахуванням сучасних досягнень у галузі науки та техніки.

Для розуміння принципів формування інноваційної політики підприємства надамо сутність таких категорій:

«формування інноваційної політики підприємства» – це відповідний процес пошуку й об'єднання в єдину систему основних елементів інноваційної політики, що відображають підхід до управління інноваційними процесами на підприємстві в руслі здійснення інноваційної діяльності;

«принципи формування інноваційної політики підприємства» – це норми і правила, що встановлюють взаємозв'язок між розвитком підприємства і напрямками його інноваційної політики в руслі здійснення інноваційної діяльності.

Таким чином, можна стверджувати, що інноваційна політика підприємства – це форма стратегічного управління, яка визначає цілі та умови здійснення інноваційної діяльності підприємства та орієнтована на забезпечення його конкурентоздатності.

А елементи інноваційної політики підприємства спрямовані на вирішення проблем у певній функціональній сфері.

Традиційні фактори впливу на формування інноваційної політики підприємства представлено на рис. 2.

До елементів інноваційної політики підприємства, спрямованих на вирішення проблем у певній функціональній сфері, належать: маркетингова політика; політика в галузі науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт; політика структурних змін; технічна політика; інвестиційна політика (рис. 3).

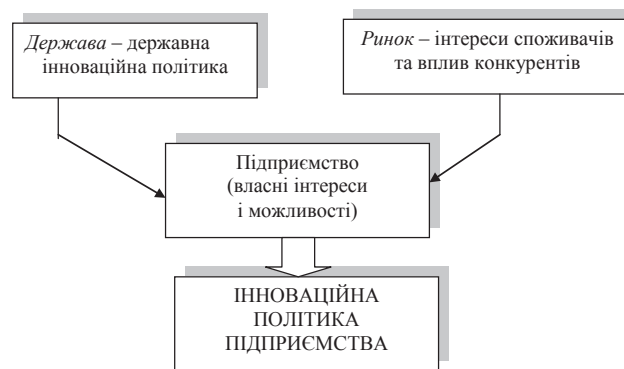


Рис. 2. Фактори впливу на інноваційну політику підприємства

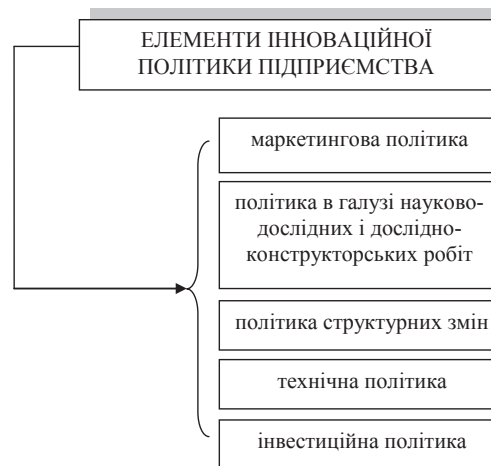


Рис. 3. Елементи інноваційної політики підприємства

Розглянемо їх функціональні завдання.

1. Маркетингова політика націлена на вирішення таких завдань: виявлення потреб та формування попиту на продукцію; пошук нових сфер і способів використання потенціалу підприємства; визначення процедури і періодичності маркетингових досліджень; розроблення та реалізація товарного, цінового, збутового, сервісного механізмів; аналіз ефективності їх здійснення.

2. Політика в галузі науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт вирішує такі завдання: ство-

рення та реалізація науково-технічних та технологічних механізмів з урахуванням маркетингових досліджень та оцінювання їх результатів.

3. Політика структурних змін має завдання формування організаційної структури підприємства та культури підприємництва, що відповідають інноваційним завданням, та розробки методики оцінювання їх ефективності.

У руслі формування інноваційної політики підприємства провідну роль відіграють також організаційна структура підприємства та культура підприємства.

Організаційна структура підприємства – це впорядкована сукупність взаємопов'язаних підрозділів, які забезпечують функціонування підприємства як єдиного цілого. До елементів структури можливо віднести підрозділи, служби, відділи, окремих працівників, а також зв'язки між ними.

А культура підприємства – це унікальна для кожного підприємства сукупність формальних і неформальних норм або стандартів поведінки, рівень компетентності персоналу; цінності, базисні переконання, що розділяються кожним працівником, соціально-психологічний клімат, групова згуртованість.

4. Технічна політика має завдання вивчення можливостей виробництва та розроблення заходів щодо відповідності техніко-технологічного стану підприємства інноваційним змінам – розроблення заходів технічного оновлення основних засобів підприємства та вдосконалення техніко-технологічного стану підприємства; аналіз ефективності технічної політики.

5. Інвестиційна політика має завдання забезпечити реалізацію інноваційної політики підприємства шляхом управління грошовими потоками підприємства з метою накопичення коштів для реалізації інноваційних проектів.

Елементи інноваційної політики підприємства перебувають у постійній взаємодії.

Таким чином, результатом взаємодії елементів інноваційної політики підприємства є забезпечення виготовлення та реалізації підприємством потрібної споживачам продукції з конкурентними перевагами (індивідуальними характеристиками продукції або послуг підприємства економічного, виробничого або організаційного характеру, які забезпечують переваги над конкурентами).

Таким чином, можливо визначити, що інноваційна політика підприємства – це форма стратегічного управління інноваційною діяльністю та важелі впливу підприємства на його інноваційну діяльність.

Схема алгоритму процесу формування інноваційного товару представлена на рис. 4, згідно з якою можна зробити висновок, що у формуванні інноваційної політики підприємства одним із спонукальних чинників є ринкова конкуренція та попит.

Розглянемо сутність наступних категорій:

«конкуренція» – боротьба між товаровиробниками за вигідніші умови виробництва та збуту;

«попит» – обсяг продукції чи послуги, які споживач хоче та спроможний придбати на конкретному ринку за певною ціною протягом часу.

Розглянемо сутність поняття «конкурентні переваги» та надамо їх класифікацію.

Прагнення підприємств зберегти чи зміцнити ринкові позиції, збільшивши свій прибуток, змушує їх до конкурентної боротьби, ефективність якої можливо забезпечити лише за умов систематичних заходів щодо вдосконалення виробничого процесу, організації виробництва або цінової політики; надання продукції нових властивостей.

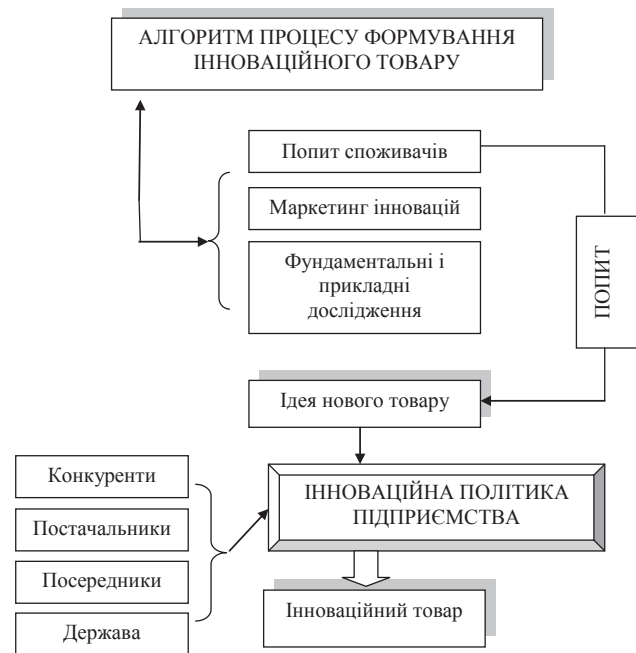


Рис. 4. Алгоритм процесу формування інноваційного товару

Оскільки поряд із підприємством на ринку функціонують й інші, які виробляють споріднену продукцію з аналогічними властивостями, конкурентна боротьба змушує підприємство постійно дбати про посилення своїх конкурентних переваг, що можливо лише за умов упровадження інновацій.

Інновації забезпечать підприємству конкурентні переваги, створюють умови щодо зміцнення його ринкових позицій та збільшення прибутку.

Конкурентна перевага – це ті характеристики, властивості товару або марки, які створюють для фірми певні переваги над своїми безпосередніми конкурентами. Дані характеристики можуть належати до самої продукції або додаткових послуг, до форм виробництв, збуту або продажу, специфічних для фірми або продукції [2, с. 93].

Для розуміння методів стратегічного аналізу підприємства як методичної бази формування інноваційної політики розкриємо сутність таких категорій: «методи» – прямі та опосередковані способи дослідження або впливу на об'єкт дослідження;

«методи формування інноваційної політики підприємства» – це прямі та опосередковані способи дослідження або впливу на пошук і об'єднання в єдину систему основних елементів інноваційної політики, що відображають підхід до управління інноваційними процесами на підприємстві в руслі здійснення інноваційної діяльності;

«методи формування інноваційної політики підприємства» – це сукупність відібраних способів і прийомів здійснення стратегічного управління інноваційної діяльності.

Оскільки інноваційна політика – це форма стратегічного управління, яка визначає цілі та умови здійснення інноваційної діяльності підприємства, спрямованої на забезпечення його конкурентоспроможності та оптимальне використання наявного виробничого потенціалу, то ефективне формування інноваційної політики підприємства неможливе без стратегічного аналізу. Це пов'язано з тим, що зміни обставин, як зовнішніх, так і внутрішніх, потребують постійного корегування. Стратегічний аналіз,

який базується на вивченні ринку та дослідженні внутрішніх ресурсів і можливостей, допоможе обрати напрям, в якому підприємство буде розвиватися та отримає на ринку конкурентні переваги при формуванні та реалізації інноваційної політики.

Висновки. Отже, можна стверджувати, що до елементів інноваційної політики підприємства, спрямованих на вирішення проблем у певній функціональній сфері, належать: маркетингова політика; політика в галузі науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт; політика структурних змін; технічна політика та інвестиційна політика. А інно-

ваційна політика підприємства – це форма стратегічного управління інноваційною діяльністю та важелі впливу підприємства на його інноваційну діяльність.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Дудар Т.Г. Інноваційний менеджмент: [навч. посіб.] / Т.Г. Дудар, В.В. Мельниченко. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 256 с.
2. Скібіцький О.М. Стратегічний менеджмент: [навч. посіб.] / О.М. Скібіцький. – К.: Центр учбової літератури, 2006. – 312 с.
3. Йохна М.А. Економіка і організація інноваційної діяльності: [навч. посіб.] / М.А. Йохна, В.В. Стадник. – К.: Академія, 2005. – 399 с.

УДК 334.722.8

Калініна О.М.

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту*

*Національного аерокосмічного університету імені М.Є. Жуковського
«Харківський авіаційний інститут»*

ОСОБЛИВОСТІ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ В РІЗНИХ КРАЇНАХ

Статтю присвячено аналізу стану підприємств, що відносяться до корпоративного сектору бізнесу. Представлено основні показники стану корпоративного управління в акціонерних товариствах. Розглянуто особливості корпоративного управління в різних країнах.

Ключові слова: підприємство, акціонерне товариство, корпоративне управління, інсайдер, аутсайдер, корпорація, модель корпоративного управління.

Калинина О.Н. ОСОБЕННОСТИ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ В РАЗНЫХ СТРАНАХ

Статья посвящена анализу состояния предприятий, относящихся к корпоративному сектору бизнеса. Представлены основные показатели состояния корпоративного управления в акционерных обществах. Рассмотрены особенности корпоративного управления в разных странах.

Ключевые слова: предприятие, акционерное общество, корпоративное управление, инсайдер, аутсайдер, корпорация, модель корпоративного управления.

Kalinina O.N. FEATURES OF CORPORATE GOVERNANCE IN DIFFERENT COUNTRIES

This article analyzes the situation of enterprises that belong to the corporate business sector. Presents the main indicators on the state of corporate governance in joint stock companies. Considered are the peculiarities of corporate governance in different countries.

Keywords: enterprise, joint stock company, corporate governance, insider, outsider, corporation, corporate governance.

Постановка проблеми. Корпоративний сектор бізнесу є одним із найголовніших складових частин економіки України, результати якого значно впливають на розвиток стратегічних ринкових відносин у країні, обумовлюють можливість залучення інвестицій, необхідних для поліпшення структури виробництва та економіки в цілому. Об'єктом корпоративного управління є діяльність тих підприємств, стартовий (статутний, зареєстрований) капітал яких поділений на певні частки. Згідно з Господарським кодексом України [1], під дане визначення підпадають такі підприємства, як корпорації, акціонерні товариства публічного та приватного типів, товариство з обмеженою відповідальністю, а також товариство з додатковою відповідальністю.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Результативність корпоративного сектору бізнесу залежить від моделі корпоративного управління, що склалася в конкретній країні. Порівняльний аналіз різних моделей проводять як зарубіжні, так і вітчизняні вчені-економісти [2; 3]. Незважаючи на це, невирішеними є питання щодо визначення особливостей моделей корпоративного управління в сучасних умовах.

Мета статті полягає у розгляді особливостей корпоративного управління в різних країнах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Період 2001–2015 рр. характеризується значним зниженням кількості акціонерних товариств [4; 5], а саме на 11 832 підприємств, або на 151% (рис. 1).

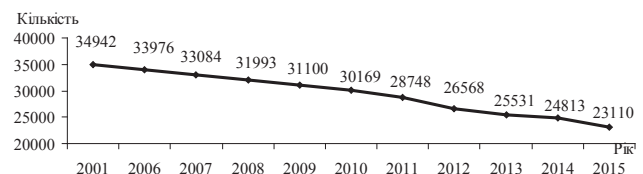


Рис. 1. Динаміка змін кількості акціонерних товариств

Інші підприємства корпоративного типу нарощували свою кількість. Так, за 14 років найбільшу зміну кількості зафіксовано у товариств з обмеженою відповідальністю: зростання на 297 702 підприємства, або на 234%. Товариств із додатковою відповідальністю стало більше на 870, або на 221%, а корпорацій – на 169 підприємств, або на 128% (рис. 2).