

ІННОВАЦІЇ ТА ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ

Азарова А.О.

кандидат економічних наук, професор;

Бондарчук А.В.

аспірант,

Вінницький національний технічний університет

ІННОВАЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ЯК СКЛАДОВА ІННОВАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ ПІДПРИЄМСТВА

За сучасних умов важливість і необхідність проведення інноваційної діяльності для кожного підприємства і для національного господарства загалом набуває все більшого значення. Без тісної співпраці науковців та підприємців, без виробництва нових продуктів та впровадження нових технологічних процесів неможливо забезпечити зростання конкурентоспроможності як окремого суб'єкта господарювання, так і економіки країни в цілому [1].

Саме тому виникає необхідність у формуванні ефективної інноваційної системи. Кожне підприємство характеризується лише йому притаманними умовами, критеріями та конкурентними перевагами, чутливістю та сприйнятливістю до інновацій [1]. Проте існують і загальні поняття та характеристики інноваційної системи підприємства.

Інноваційна система підприємства – це сукупність елементів організаційного, структурного та функціонального характеру, які в процесі взаємодії визначають умови реалізації інноваційної діяльності та її забезпечення з метою комерціалізації результатів НДДКР, їх створення, обміну, адаптації і трансферу, що забезпечує розвиток та підвищення інновативності підприємства.

Метою створення інноваційної системи на підприємстві є створення умов для інноваційного розвитку або підвищення ефективності існуючої інноваційної діяльності [2].

Окрім основної мети, інноваційна система підприємства передбачає:

- прогнозування ринку і вибір пріоритетних напрямів досліджень;
- стратегічне планування інноваційної діяльності підприємства;
- пошук, оцінку і відбір інноваційних ідей і винаходів;
- впровадження інноваційних проектів;
- моніторинг показників вже впроваджених інноваційних проектів та їхнє корегування.

Отже, створення інноваційної системи підприємства спрямоване на підвищення конкурентоспроможності продукції, що випускається, створення інноваційної бази для довгострокового стійкого зростання компанії; забезпечення економічної безпеки [2].

Копішинська К. О. зазначає, що серед основних складових, що характеризують інноваційну систему підприємства доцільно виділяти такі: інноваційний потенціал підприємства, інноваційна інфраструктура, інноваційна культура та інноваційна привабливість підприємства (рис.1).



Рис. 1. Основні компоненти інноваційної системи підприємства

Джерело: [3]

Ці компоненти є самостійними, окремо існуючими одиницями, які тісно пов'язані між собою.

Інноваційний потенціал підприємства – сукупність науково-технічних, економічних, організаційних, виробничих, та соціокультурних чинників, які в процесі взаємодії забезпечують спроможність суб'єкта господарювання виробляти конкурентоспроможну інноваційну продукцію [2].

Під інноваційною інфраструктурою розуміють сукупність суб'єктів інноваційної діяльності і взаємозв'язків між ними, які продукують нові знання та нововведення, перетворюють їх на нові продукти та послуги, забезпечують їх розповсюдження та споживання за умов ринкової економіки. Інноваційна інфраструктура забезпечує горизонтальні та вертикальні зв'язки між суб'єктами інноваційної діяльності, що сприяє трансферу знань та прискоренню дифузії технологій [2].

Інноваційна привабливість підприємства це сукупність інноваційно-орієнтованих показників конкурентоспроможності суб'єкта на інноваційному ринку, сформована на основі технічних, фінансових, організаційних, наукових та кадрових характеристик даного суб'єкта [1].

Інноваційна культура є системою взаємовідносин усіх суб'єктів інноваційної системи підприємства і держави, яка пов'язана із стимулюванням креативного мислення, реалізацією інноваційного потенціалу особистості і підприємства, а також оптимізацією всього інноваційного процесу – від продукування (генерування) інноваційних ідей до їх комерціалізації. Головною ознакою реалізації інноваційної культури на підприємстві є наявність систем стимулювання, відкритих комунікаційних та інформаційних мереж, а також командна організація праці.

Ці складові формують інноваційну систему підприємства, і відсутність або недостатня розвиненість хоча б однієї призводить до її недієздатності [1].

З іншої точки зору, промислове виробництво, орієнтоване на виробництво продуктивних інновацій із застосуванням процесних інновацій,

реалізацією управлінських інновацій, повинно мати деякий інноваційний потенціал, раціональне використання якого дозволило б забезпечити інноваційні якості продукції, що випускається, і тим самим підвищити інноваційну привабливість [4].

З такої точки зору під інноваційним потенціалом підприємства будемо розуміти системний показник, що характеризує ступінь готовності підприємства до здійснення інновацій. Він відображає здатність підприємства до перспективного розвитку переважно за рахунок внутрішніх можливостей.

Звідси випливає, що основу структури інноваційного потенціалу складає інноваційна інфраструктура підприємства спільно з інноваційними можливостями, які створюються за рахунок інших компонентів потенціалу [5].

При цьому, інноваційні можливості – це різниця між максимально можливим інноваційним потенціалом підприємства і фактичним на даний момент інноваційним потенціалом підприємства [5].

В той же час Гурєєва М. О. відмічає, що інноваційна привабливість формується під впливом певної внутрішньо організаційної сили, що відображає орієнтацію працівника, закріплену в мотивах, знаннях, вміннях та навичках, а також в образах і нормах поведінки. Дану силу будемо називати інноваційною культурою – вона покликана забезпечувати формування сприйнятливої до інновацій середовища [4].

Отже, інноваційний потенціал з урахуванням інноваційного ризику та інноваційна культура формують інноваційну привабливість. Тому під інноваційною привабливістю промислового виробництва будемо розуміти сукупність об'єктивних властивостей і умов здійснення інноваційної діяльності на інноваційному ринку, що формуються керівництвом підприємств промислового виробництва, міністерствами і відомствами силою цілеспрямованого переконання потенційних інвесторів для прискорення досягнення інноваційних цілей та отримання максимального ефекту при мінімізації інноваційних ризиків [4].

Кулініч Т. В. також розглядає інноваційний потенціал як важливу складову інноваційної привабливості суб'єкта господарювання, обмежену внутрішніми і зовнішніми умовами впровадження новацій (рівнем адаптації підприємства до змін, ступенем радикальності та ризику новацій, рівнем якості менеджменту та фінансово-майнового стану підприємства, інвестиційною привабливістю зовнішнього оточення) [5].

Таким чином, необхідно зазначити, що сьогодні в науковій літературі зустрічаються різні погляди на приналежність інноваційної привабливості до інноваційної системи підприємства загалом. Одні науковці розглядають її як складову, що характеризує інноваційну систему підприємства, на ряду з інноваційним потенціалом, культурою та інфраструктурою суб'єкта господарювання. Інші – як основну компоненту інвестиційної привабливості підприємства, оцінка якої необхідна для прийняття ефективного інвестиційного рішення. При цьому інноваційна привабливість розглядається як узагальнена характеристика інноваційного потенціалу з врахування інноваційного ризику та інноваційної культури. Сьогодні другий підхід є

більш розповсюдженим і на думку авторів, більш адекватним, проте обидва підходи мають право на існування і заслуговують уваги.

Список використаних джерел:

1. Пуряєв А. С. Інноваційна привабливість як феномен / А. С. Пуряєв, Е. А. Рибкіна // Інноваційна економіка. – 2007. – № 5.
2. Інноваційний потенціал України [Текст]: монографія / [А. А. Мазаракі та ін.]; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. А. А. Мазаракі; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. – 591 с.
3. Копшинська К. О. Структура та контурність функціонування інноваційної системи підприємства / К. О. Копшинська // Вісник Київського політехнічного інституту. – 2013. – № 44. – С. 79–85.
4. Гурєєва М. А. Управління інноваційним розвитком промислового виробництва / М. А. Гурєєва // [Електронний ресурс].
5. Рачинська Г. В. Визначення та оцінювання інноваційної привабливості підприємств / Г. В. Рачинська, Л. С. Лісовська // Вісник Львівської політехніки. – 2008. – С. 272-276.

Логвінова О.П.

кандидат економічних наук, доцент,

завідувач,

Інститут хімічних технологій

Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля

УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВИМ РИЗИКОМ В ІННОВАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Темпи розвитку національної економіки значною мірою залежать від рівня інноваційної активності суб'єктів господарювання. Статистичні дані свідчать, що впродовж останніх років спостерігається тенденція до згортання інноваційної активності вітчизняних підприємств, а її стан є незадовільним. За результатами досліджень, одним з істотних чинників, що стримують інноваційну діяльність вітчизняних підприємств, є високий ризик [4]. Тому подолання негативних тенденцій в інноваційній сфері є одним зі шляхів відвернення загроз національній безпеці України, а одним з напрямів поживлення інноваційної активності є управління ризиком.

Ризик в інноваційній діяльності підприємств визначається множиною складових, серед яких однією з найістотніших є маркетинговий ризик, що потребує особливої уваги під час обґрунтування та реалізації інновацій на підприємстві. Сутність маркетингового ризику досліджували багато науковців, зокрема, Вітлінський В.В. [1], Медведєв А. [2], Мединський В.Г., Л.Г. Шаршукова [3], Устенко О.Л. [5], Сорока П.М., Б.П. Сорока [6], Тепман Л.Н. [7] та ін. Проблему маркетингового ризику щодо інноваційної діяльності вивчали такі науковці, як Атербек, Брокхоф, Менсфілд, Рубінштейн, Чакрабарті, О'Кіф та ін. [2]. Всі зазначені дослідники