

УКРАЇНСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ

Сиволовська Олена Вікторівна

УДК 330.341.1.001.57

**РОЗРОБКА СИСТЕМНОЇ МОДЕЛІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ
ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Спеціальність 08.06.01 – економіка, організація і управління підприємствами

**Автореферат
дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук**

Харків - 2005

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана в Українській державній академії залізничного транспорту Міністерства транспорту і зв'язку України.

Науковий керівник – кандидат економічних наук, доцент **Верлока Владислав Степанович** – Українська державна академія залізничного транспорту, завідуючий кафедрою маркетингу на транспорті

Офіційні опоненти – доктор економічних наук, професор **Перерва Петро Григорович**, Національний технічний університет “ХПІ” Міністерства освіти і науки України, завідуючий кафедрою організації виробництва та управління персоналом

- кандидат економічних наук, доцент **Щербак Валерія Геннадіївна** Харківський національний економічний університет Міністерства освіти і науки України, доцент кафедри економіки та маркетингу

Провідна установа – Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України, відділ ринку транспортних послуг, м. Одеса

Захист відбудеться “27.05.2005 р. о 15 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради К 64.820.05 Української державної академії залізничного транспорту за адресою: 61050, м. Харків, майдан Фейербаха, 7, ауд. 3.501.

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці Української державної академії залізничного транспорту за адресою: 61050, м. Харків, майдан Фейербаха, 7, ауд. 2.209.

Автореферат розісланий 25.04.2005 р.

Вчений секретар
спеціалізованої вченої ради

Чорнобровка І.В.

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми дослідження. В умовах трансформаційної економіки України, що характеризується нестабільністю функціонування та невизначеністю конкурентного середовища, інноваційна діяльність виступає рушійною силою відновлення технічної бази виробництва, освоєння і випуску нової конкурентоспроможної продукції, проникнення на світові ринки товарів і послуг. Згідно Закону України “Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності” і Концепції науково-технологічного та інноваційного розвитку України для структурної перебудови економіки і відновлення науково-виробничого потенціалу підприємства, необхідно впровадження нових моделей інноваційного стратегічного розвитку, що відповідають сучасному стану конкурентного ринкового середовища. Розв’язання даної проблеми в межах промислового комплексу України ускладнюється впливом негативних факторів - це відсутність державних стимулів до впровадження інновацій у виробництво; нестаток фінансових коштів для реалізації інноваційних проектів; зростання конкуренції з боку іноземних товаровиробників.

Питання стратегічного управління інноваційним розвитком підприємства з метою підвищення його конкурентоспроможності розглядаються в роботах Антонюк Л.Л., Александрової В.П., Аньшина В.М., Балабанова І.Т., Валдайцева С.В, Гальчинського А.Г., Гейця В., Глазьєва С.Ю., Диканя В.Л., Ілляшенка С.М., Завліна П.Н., Кондратьєва Н.Д., Коноваленко М.К., Мединського В.Г., Нейкової Л.І., Посилкіної О.В., Перерви П.Г., Санта Б., Семиноженка В.П., Фатхутдинова Р.А., Черваньова Д.М., Шумпетера Й. та інших вчених. В їх дослідженнях розкриті теоретичні і практичні аспекти можливостей інноваційних перетворень підприємства, принципи формування на цій основі конкурентоспроможності, методи і форми реалізації нововведень, фактори впливу на інноваційну активність суб’єктів господарської діяльності.

Проте на теперішній час не вироблено прикладного методичного інструментарію для управління інноваційною активністю підприємств тих галузей промисловості України, які мають потенціал інноваційного розвитку. Актуальність теми дисертаційного дослідження визначається необхідністю розробки системної моделі інноваційного розвитку підприємства, що містить комплекс взаємопов’язаних та взаємодіючих елементів, які описують реальний економічний процес.

Об'єктивна необхідність теоретичного вдосконалення та поглиблення прикладних досліджень в обраному напрямку зумовила вибір теми дисертаційної роботи, визначила предмет, об'єкт, основну мету і завдання дослідження.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Наведені в дисертації висновки, результати і рекомендації розроблено відповідно до тематики науково-дослідницьких робіт Української державної академії залізничного транспорту за темою “Проект Державної програми створення та функціонування міжнародних транспортних коридорів в Україні на період до 2005 року”. Наукові результати та висновки дисертаційного дослідження використані при розробці Підпрограми “Залучення об'єктів підприємницької діяльності в сферу обслуговування транспортних коридорів” до Національної програми “Сприяння розвитку малого підприємництва в Україні на 2003 р.”, затвердженої Розпорядженням Кабінету Міністрів від 16 листопада 2002 р. №657-р. (договір №2-НП-07КК-1-2003 от 1.05.2003 р.).

Мета і завдання дослідження. Мета дисертаційної роботи полягає в розробці і науковому обґрунтуванні теоретико-методичних положень та практичних рекомендацій з визначення і реалізації довгострокової стратегії інноваційної діяльності, на основі системної моделі інноваційного розвитку промислового підприємства.

Для досягнення цієї мети поставлено такі завдання:

- проаналізувати концептуальні підходи управління інноваційним розвитком промислового підприємства;
- дослідити сучасний стан і тенденції розвитку інноваційних процесів в промисловості України, визначити галузеві особливості, можливості та обмеження інноваційної активності промислових підприємств;
- обґрунтувати необхідність створення мережі регіональних центрів управління науково-технологічним розвитком, розкрити їх завдання, функцій та методи підтримки промислових підприємств країни;
- запропонувати методичний підхід вибору довгострокової стратегії інноваційної діяльності, заснований на оцінці можливостей інноваційного розвитку підприємства та конкурентоспроможності товарної інновації, з обґрунтованим використанням економіко-математичних методів і моделей;
- запропонувати методика оцінки рівня інноваційного розвитку підприємства;
- розширити методичний підхід оцінки рівня конкурентоспроможності товарної інновації за рахунок введення коефіцієнта “сили товарної марки”, який характеризує рівень привабливості нового товару для споживача;
- виявити і обґрунтувати використання чинників впливу на інноваційно-інвестиційну привабливість промислових підприємств.

Об'єктом дослідження є процес інноваційного розвитку промислового підприємства в умовах посилення конкурентної боротьби та обмеженості ресурсів для оновлення науково-виробничого потенціалу підприємства.

Предметом дослідження є сукупність організаційно-економічних відносин та методів управління інноваційним розвитком підприємства.

Методи дослідження. Методологічною основою дисертаційного дослідження є фундаментальні і прикладні положення економічної науки, розроблені в працях вітчизняних та зарубіжних економістів. У дисертації був використаний системний та ситуаційний аналіз для побудови системної моделі інноваційного розвитку промислового підприємства і визначення факторів впливу на інвестиційну привабливість підприємства; статистичні та експертні оцінки для визначення комплексних показників, що характеризують можливості інноваційного розвитку підприємства та конкурентоспроможність товарної інновації; метод тестування ринку і багатомірні методи (факторний та кластерний аналіз) для оцінки ринкового потенціалу і прогнозування стратегії інноваційної діяльності підприємства.

Інформаційну базу дослідження склали законодавчі і нормативні акти України з питань інноваційної та інвестиційної діяльності, дані державних органів статистики України, публікації вітчизняних та іноземних авторів, первинні матеріали маркетингових досліджень, зібрані і опрацьовані особисто автором, комерційна інформація надана підприємствами ЗАТ "Інтеркондиціонер", ЗАТ "Вега-Україна", довідкові матеріали.

Наукова новизна результатів дисертаційного дослідження полягає в вирішенні теоретичних та практичних завдань розробки і реалізації довгострокової стратегії інноваційного розвитку підприємства, на основі системної моделі, зокрема.

1. Визначено функції і методи управління інноваційним розвитком підприємства, на основі систематизації наукових підходів і моделей інноваційного менеджменту, доведено необхідність створення системної моделі інноваційного розвитку промислового підприємства для активізації інноваційної діяльності.

2. Обґрунтовано основні цілі і напрями функціонування регіональних центрів управління науково-технологічним розвитком промислових підприємств, узагальнено методи державної підтримки підприємства, на основі аналізу факторів активізації інноваційної діяльності на рівні держави, регіону та окремого підприємства.

3. Розроблено системну модель інноваційного розвитку підприємства, побудовану на основі діагностування рівня інноваційного розвитку промислового підприємства та оцінки конкурентоспроможності товарної інновації.

4. Запропоновано удосконалення методики розрахунку інтегрального показника рівня інноваційного розвитку за рахунок комплексного показника конкурентної переваги, що дозволяє врахувати чинники конкурентного середовища при формуванні стратегії інноваційної діяльності промислового підприємства.

5. Розширено методичний підхід оцінки рівня конкурентоспроможності товарної інновації за рахунок введення коефіцієнта “сили товарної марки”, що характеризує рівень привабливості нового товару для споживача.

6. Виявлено і обґрунтовано використання чинників, що мають вплив на інноваційно-інвестиційну привабливість промислових підприємств.

Результати дослідження, сформульовані в п.п. 2,3 – запропоновано до використання вперше, в п.п. 4,5 – удосконалено, в п.п. 1,6 – дістало подальшого розвитку.

Обґрунтованість і достовірність результатів дослідження. Одержані наукові положення висновки і рекомендації є достовірними, що підтверджується обґрунтованим використанням загальноприйнятих методів системного аналізу, статистичних методів обробки інформації, економічного моделювання та прогнозування у сфері економіки, а також положеннями законодавчої і нормативної бази. Результати розрахунків ґрунтуються на оперативних даних досліджених підприємств і на статистичних даних.

Обґрунтованість і достовірність наукових положень, висновків та рекомендацій підтверджується результатами їх впровадження в практичну діяльність промислових підприємств, висвітленням у відкритих публікаціях, доповідях і тезах науково-практичних конференцій.

Практичне значення отриманих результатів полягає у тому, що теоретичні положення, висновки і рекомендації, представлені в роботі, доведені до рівня методичних розробок і пропозицій для обґрунтованого ухвалення управлінських рішень при формуванні стратегії інноваційного розвитку промислового підприємства.

Запропонований здобувачем методичний підхід оцінки рівня інноваційного розвитку підприємства, впроваджений на підприємстві ЗАТ “Інтеркондиціонер” (довідка № 58/02 від 23. 04. 2004 р.), дозволив визначити потенціал ринку систем вентиляції та кондиціонування повітря, конкурентні переваги підприємства, поліпшити якість аналітичної роботи і прогнозних оцінок при розробці стратегічної програми інноваційної діяльності підприємства. Методика оцінки конкурентоспроможності нового товару, з врахуванням рівня привабливості торгової марки, та рекомендації з брендингу дозволили підсилити конкурентну позицію підприємства ЗАТ “Веза-Україна” (довідка № 16/04 -2 від 16. 04.2004 р.) і збільшити його ринкову частку.

Основні положення дисертаційної роботи використовуються в навчальному процесі УкрДАЗТу (довідка №104-22-10 від 25.12.2004 р.), у методичному

забезпеченні і викладанні дисциплін “Товарна інноваційна політика”, “Стратегічний маркетинг”, “Маркетинг”.

Особистий внесок здобувача. Основні положення і висновки дисертаційної роботи обґрунтовані та отримані автором самостійно на підставі вивчення, аналізу і узагальнення теоретичних досліджень і практичного досвіду з питань управління інноваційним розвитком підприємства. В роботі [3] здобувачем проаналізовано моделі управління інноваційними процесами на підприємстві та обґрунтовано необхідність розробки системної моделі інноваційного розвитку. В роботі [4] дисертантом запропонована схема формування і реалізації стратегії інноваційного розвитку на підприємстві. В статті [7] дисертантом виконано аналіз теоретичних концепцій розвитку інноваційних процесів та узагальнені тенденції світового розвитку промисловості. В роботі [8] здобувачем запропоновано напрями функціонування регіональних центрів технологічного розвитку. В тезах [10] здобувач досліджує вплив інструментів маркетингу на можливості інноваційного розвитку підприємства.

Апробація результатів дисертаційної роботи. Основні результати дисертаційного дослідження доповідались автором на міжнародних науково-технічних конференціях: “Сучасна концепція маркетингу та її реінтерпретація в умовах перехідного суспільства” (м. Харків, 2001 р.), “Дослідження та оптимізація економічних процесів” (м. Харків, 2001 р.), “Маркетингові дослідження в Україні” (м. Ялта, 2001 р., м. Ялта, 2002 р.), “Актуальні проблеми інноваційного розвитку в Україні” (м. Харків, 2002 р., м. Харків 2003 р.), 63 – й (2001 р.) та 64 – й (2002 р.) науково-технічних конференціях УкрДАЗТу; науково-методичних семінарах кафедри “Менеджмент і маркетинг” УкрДАЗТу (2001 – 2004 рр.).

Публікації за результатами дослідження. Основні положення дисертації опубліковані у 12 наукових працях загальним обсягом 2,51 д.а., 7 з яких у спеціалізованих наукових виданнях, затверджених ВАК України, особисто автору належить 1,36 д.а.

Структура і обсяг роботи. Дисертація складається з вступу, трьох розділів, висновків, додатків. Основний зміст викладено на 159 сторінках. Робота містить 22 рисунка, 33 таблиці, 8 додатків, перелік використаних джерел (156 найменувань).

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЙНОЇ РОБОТИ

У вступі обґрунтована необхідність активізації інноваційної діяльності в Україні, сформульовані мета і задачі, визначені об’єкт і предмет наукового

дослідження, наукова новизна та практичне значення отриманих результатів і рекомендацій.

У першому розділі – *“Теоретичні основи управління інноваційним розвитком промислового підприємства”* – проведено аналіз основних наукових підходів і моделей управління інноваційним розвитком підприємства; визначено методи і функції управління інноваційними процесами на підприємстві; розкрито сутність та зміст категорії інновація та інноваційний розвиток; досліджено сучасний стан і тенденції розвитку інноваційних процесів в промисловості України; обґрунтовано цілі та напрями функціонування регіональних центрів управління науково-технологічним розвитком промислових підприємств.

На основі аналізу довгострокових тенденції світового і вітчизняного техніко-економічного розвитку промисловості визначено, що в Україні спостерігається відтворення третього технологічного укладу (панування галузей важкої індустрії) та четвертого (розвиток органічної хімії, поширення автоперевезень, широке споживання нафти). П'ятий технологічний уклад (розвиток мікроелектроніки, телекомунікації) та шостий технологічний уклад - розвиток системи штучного інтелекту, біо- та космотехнологій, існує лише на рівні наукових пошуків і незначних практичних втілень. Доведено, що для здійснення стратегії економічного прориву України, задекларованої в Концепції науково-технологічного та інноваційного розвитку, необхідно впровадження нових обґрунтованих методів і моделей управління інноваційним розвитком, які відповідають сучасному стану конкурентного ринкового середовища.

Виявлено, що процес управління інноваційним розвитком підприємства здійснюється на трьох рівнях - держави, регіону і підприємства, кожен з яких містить набір цілей, напрямів, функцій. Обґрунтовано, що для узгодженості управлінських рішень на всіх рівнях управління необхідно впровадження збалансованих організаційно-економічних, регіональних і державних методів і інструментів, набір яких залежить від можливостей інноваційного розвитку підприємства та конкурентоспроможності продукції.

Визначено характерні ознаки інновації як соціально-економічного явища, запропоновано схему комплексних ефектів від впровадження інновацій в промисловості. На основі аналізу основних понять інноваційного менеджменту, систематизовано понятійний інструментарій теорії інноватики. Для обґрунтованого виділення інвестицій, раціональної організації та управління інноваційними процесами на підприємстві розроблено класифікацію інновацій для промислового підприємства.

Проаналізовано динаміку розвитку інноваційних процесів в промисловості України, яка з одного боку вказує на поживлення інноваційної активності промислових підприємств за рахунок збільшення підприємств-новаторів, освоєння нових видів продукції, впровадження технологій, а з іншого, на

недостатність фінансування науково-технологічного розвитку промисловості з боку держави, оскільки більшість інноваційних процесів впроваджувалось на підприємствах колективної форми власності.

Для розв’язання цієї проблеми запропоновано створення мережі регіональних центрів управління науково-технологічним розвитком підприємства, які реалізують основні цілі інноваційного розвитку за напрямками діяльності (рис.1.): науково-технічний, фінансовий та організаційно-виробничий розвиток підприємства. Створення системи регіональної підтримки науково-технологічного розвитку підприємства дозволяє максимально наблизити державний механізм управління інноваційним розвитком до конкретного промислового підприємства.



Рис. 1 Цілі та напрями функціонування регіональних центрів науково-технологічного розвитку промислових підприємств

У другому розділі - “Методичні аспекти формування стратегічної моделі інноваційного розвитку підприємства” – обґрунтовано необхідність формування інноваційної стратегії на основі системної моделі інноваційного розвитку підприємства. Проведено аналіз методичних підходів оцінки ринкового та інноваційного потенціалу підприємства, рівня використання ресурсів,

рентабельності діяльності. На підставі аналізу запропоновано методику визначення інтегрального показника рівня інноваційного розвитку промислового підприємства. Заключним етапом практичного впровадження системної моделі розвитку є оцінка конкурентоспроможності інновації. Методику оцінки конкурентоспроможності інновації розширено за рахунок введення запропонованого здобувачем коефіцієнта “сили товарної марки”, який характеризує позитивне сприйняття нового товару споживачем.

Обґрунтовано основні напрямки інноваційного розвитку підприємства, що дозволило сформулювати системну модель інноваційного розвитку, побудовану на основі діагностування рівня інноваційного розвитку промислового підприємства та оцінки конкурентоспроможності товарної інновації (рис. 3).

Для оцінки рівня інноваційного розвитку промислового підприємства запропоновано методику розрахунку інтегрального показника інноваційного розвитку підприємства (K_{IP}), який складається з комплексних показників: інноваційного потенціалу підприємства (K_{IP}), рівня використання конкурентних переваг ($K_{пер}$); рівня використання ресурсів ($K_{рес}$), рентабельності виробничої та інвестиційної діяльності ($K_{рен}$). Методика базується на обґрунтованому використанні економіко-математичних методів і моделей. Для визначення комплексних показників інноваційного розвитку підприємства розроблено методику, що містить наступні етапи (рис.2).

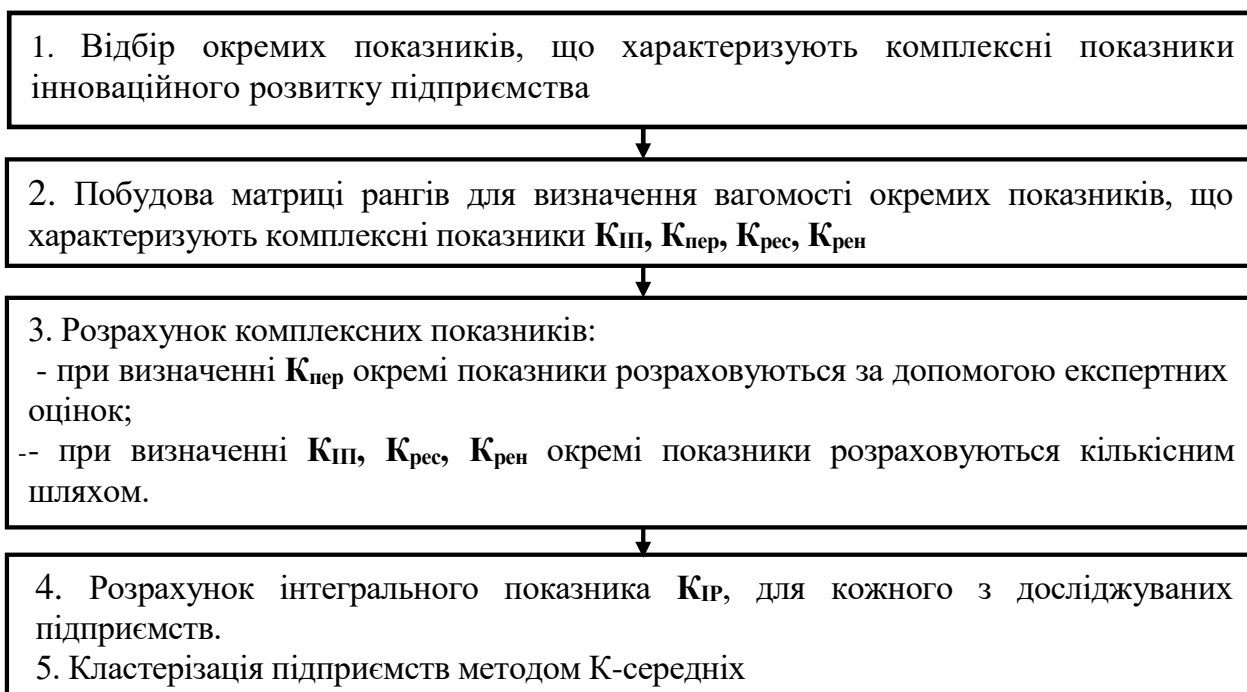


Рис. 2. Методика розрахунку комплексних показників

Для розробки алгоритму оцінки конкурентоспроможності товарної інновації проаналізовано теоретико-методичні підходи, а також сучасні умови, що склалися

на дослідженому ринку в Україні. В результаті методику оцінки рівня конкурентоспроможності нового товару розширено за рахунок введення коефіцієнту “сили торгової марки” ($K_{\text{бренд}}$), що характеризує позитивне сприйняття споживачем товарної інновації або підприємства-виробника.

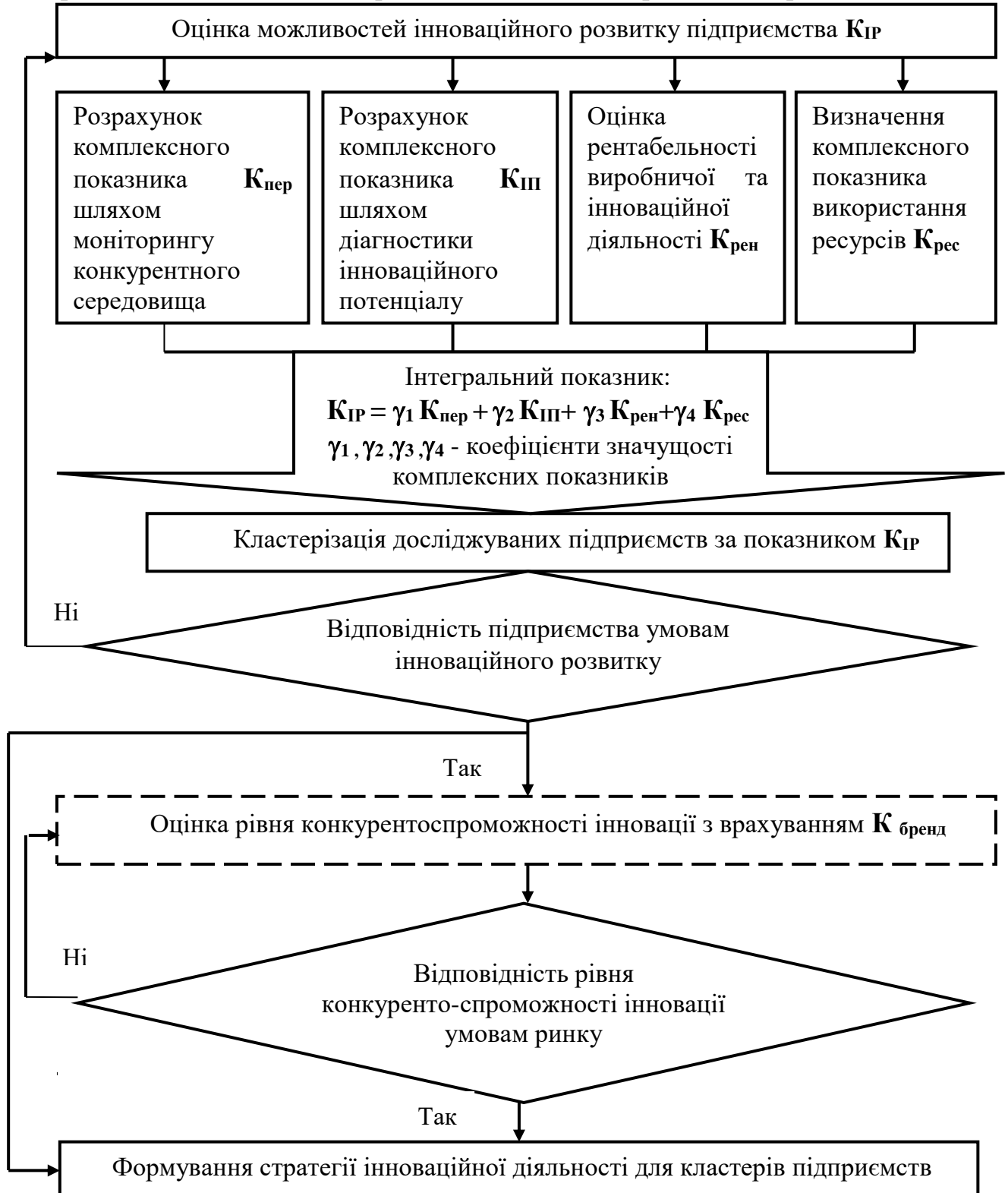


Рис. 3. Алгоритм системної моделі інноваційного розвитку підприємства

Необхідність удосконалення методичного підходу оцінки конкурентоспроможності товарної інновації базується на так званих “війнах бренду”, які мають місце на ринку промислового обладнання в Україні внаслідок експансії відомих імпортних товарів-аналогів. Для розрахунку показника конкурентоспроможності (K_{KKS}) товарної інновації запропоновано формулу:

$$K_{KKS} = K_{\text{бренд}} \cdot K_{\text{інт}} = (1 + K_{\text{бренд}}) \cdot \frac{I_{\text{ТП}}}{I_{\text{ЕП}}}, \quad (1)$$

де $I_{\text{ТП}}$ та $I_{\text{ЕП}}$ - відповідно інтегральні показники конкурентоспроможності товару по технічним і економічним параметрам; $K_{\text{інт}}$ – загальний інтегральний показник конкурентоспроможності товару; $K_{\text{бренд}}$ - коефіцієнт “сили товарної марки”.

У третьому розділі – “Розробка стратегії інноваційного розвитку промислового підприємства на основі системної моделі” – запропоновано стратегії інноваційного розвитку для машинобудівних підприємств ринку систем вентиляції та кондиціонування повітря, що впроваджують на ринок продуктову інновації – кондиціонер каркасно-панельного типу КЦКП, на основі розрахунку інтегральних показників інноваційного розвитку та конкурентоспроможності товарної інновації. Для практичного використання запропонованих методик виявлені чинники інвестиційної привабливості промислових підприємств.

Для розробки стратегії інноваційного розвитку підприємства на основі системної моделі розраховано інтегральний показник інноваційного розвитку для 10 досліджуваних підприємств, що дозволило згрупувати їх в 4 стійкі кластери з нерівномірним розподілом значення показника (табл.1), і спрогнозувати можливі стратегічні сценарії дій для кожного кластеру (табл.2).

Найвищий рівень $K_{\text{р}}$ має підприємство VTS-Clima-Київ, яке належить до **першого кластеру** і займає позицію лідера. Рекомендовано: оборонна стратегія для захисту ринкової частки, та наступальна стратегія, що потребує освоєння виробництва КЦКП на території України. До **другого кластеру** належать підприємства - Веза – Україна, “Інтеркондиціонер” та Клімат-комплект-Київ, що швидко розвиваються, є перспективними. Для них рекомендовані наступальна та помірно наступальна інноваційна стратегія, яка містить набір інструментів по зміцненню виробничої та комерційної діяльності. Рівень $K_{\text{р}}$ нижче за середній мають підприємства **третього кластеру** - “АСМ”, LENNOX; АНІ-CARRIER-ukr, NEW YORK-INGENIRING, яким необхідна кардинальна зміна стратегії діяльності (реструктуризація торгового представництва та перетворення в виробниче підприємство). В протилежному випадку вони будуть витиснуті з ринку, або обслуговувати незначну частку споживачів за рахунок

високої якості та торгового імені, перевіреного часом. Найнижчий рівень K_{IP} мають підприємства **четвертого кластеру** - WOLF, IMP-Clima- Київ. Ці товарні марки не такі відомі як у підприємств попереднього кластеру, тому крім реструктуризації торгового представництва необхідно формувати відому торгову марку за допомогою інструментів просування.

Таблиця 1

Кластеризація підприємств за показником інноваційного розвитку K_{IP}

Підприємство	K_{IP}
1 кластер: $K_{IP} > 61$	
VTS-Clima-Київ представник фірми VTS-Clima (Польща)	67,06
2 кластер: $41 < K_{IP} < 61$	
Веза – Україна м. Харків представник фірми Веза-Росія м. Москва	56,18
“Інтеркондиціонер” м. Харків	50,30
Клімат-комплект-Київ представник фірми VBW-Clima (Польща)	47,80
3 кластер: $31 < K_{IP} < 41$	
“АСМ”-Київ представник фірми IV-PRODUCT (Швеція)	40,84
LENNOX м. Київ представник фірми LENNOX (Франція)	33,52
АНИ-CARRIER-ukr, м. Київ представник фірми CARRIER (США)	32,76
NEW YORK-INGENIRING, м. Київ представник YORK (США)	30,95
4 кластер: $21 < K_{IP} < 31$	
WOLF м. Київ представник фірми WOLF (Германія)	24,90
IMP-Clima- Київ представник фірми IMP-Clima (Словенія)	23,45

Таблиця 2

Напрями стратегії підприємства в залежності від його конкурентної позиції

Ринкова позиція кластеру	Засоби конкурентної боротьби
Лідер (1 кластер)	Наступальна стратегія: виробництво інновацій, тиск на конкурентів Стратегія стабілізації позицій: встановлення вхідних бар'єрів, підвищення рівня стимулювання збуту, збалансованість цін, утримання частки ринку. Стратегія боротьби за монопольне право: чесні або нечесні методи
Сильна конкурентна позиція (2 кластер)	Стратегія “нішера”: пошук ринкової ніші зі слабкою конкуренцією. Прийняття до цільового ринку. Створення іміджу особливого виробника. Стратегія диференціації: товарна, сервісна, кадрова, іміджева. Створення “ідеального товару” з міцною системою стимулювання збуту та сервісу. Брендинг. Імітація дій лідера. Надійність та якість товару та послуг.
Слабка конкурентна позиція (3 кластер)	Стратегія зменшення ціни у системі “товар-послуга” або диференціювання для різних сегментів ринку. Стратегія збереження частки ринку і рентабельності діяльності. Стратегія реінвестування на рівні достатнього мінімуму: витяг ресурсів з неприбуткового напрямку, для вливання у перспективні напрями.

Аутсайдер (4 кластер)	Стратегія радикальної реорганізація фірми: перепозиціонування бізнесу, пошук внутрішніх резервів, злиття з конкурентом, скорочення асортименту. Стратегія зниження витрат та цін. Вихід з бізнесу.
--------------------------	--

Для вибору напрямів підвищення конкурентоспроможності і оптимального рішення управлінських задач інноваційного розвитку підприємства визначено перелік критеріїв оцінки рівня конкурентоспроможності товарної інновації, за яким проведено оцінку конкурентоспроможності товару підприємств 2 кластеру. Вибір кластеру обумовлений тим, що підприємства є українськими виробниками, тоді як підприємства інших кластерів - торгові представники іноземних фірм (табл. 3). Для прийняття управлінського рішення щодо успішності впровадження нового товару на ринок розроблено шкалу оцінки: $K_{KKS} \geq 1,5$ – дуже перспективно, $0,90 < K_{KKS} < 1,5$ – перспективно, $0,5 < K_{KKS} < 0,89$ – малоперспективно; $K_{KKS} < 0,49$ - неперспективно.

Таблиця 3

Оцінка конкурентоспроможності продуктової інновації підприємств 2 кластеру

Показник	“Інтер кондиціонер”	“Веза-Україна”	Клімат комплект	Товар-еталон
Технічні параметри				
Показники призначення	1,56	1,65	1,66	2
Енергомісткість	0,86	0,95	0,90	1
Технологічність	0,97	0,94	0,93	1
Якість матеріалів	0,93	0,97	1,27	1
Форма та дизайн	0,65	0,69	0,80	1
Уніфікація та стандартизація	1,1	1,1	1,1	2
Проектування, монтаж, сервісне обслуговування	0,87	0,75	0,50	1
Засоби стимулювання збуту	0,79	0,75	0,80	1
Ітп	7,73	7,80	7,96	10
Економічні параметри				
1. Ціна товару	8,19	8,43	9,45	7
2. Експлуатаційні витрати	2,76	2,91	3,0	3
Іеп	10,95	11,34	12,45	10
Кнт	0,71	0,69	0,64	1
Кбренд	0,25	0,20	0,42	0,5
Кккс	0,88	0,83	0,91	1,5

За результатами аналізу, доведено, що товарні інновації підприємств 2 кластеру мають достатні перспективи для впровадження на ринок. Кожен з товарів досліджуваних підприємств має свої конкурентні переваги: КЦКП у виконанні “Інтеркондиціонер” – низьку ціну, можливості по проектуванню та монтажу, маркетингові засоби; КЦКП у виконанні “Веза-Україна” – високі показники призначення, технологічності, енергоємності, якості матеріалів;

Клімат-Комплект-Київ – високу якість та відому торгову марку. З врахуванням конкурентних переваг товарної інновації скоректовано стратегію інноваційного розвитку промислового підприємства та розроблено рекомендації з створення, реалізації і управління товарною маркою (брендинг).

На основі аналізу факторів активізації інвестиційної діяльності підприємств виявлено чинники інноваційно-інвестиційної привабливості промислових підприємств, визначено можливі стратегії залучення інвесторів і руху інвестиційних потоків в інноваційні проекти.

Точність отриманих розрахунків і оцінок при формуванні інноваційної стратегії розвитку промислового підприємства на основі системної моделі підтверджується зростанням показників фінансово-економічної діяльності підприємств 2 кластеру.

ВИСНОВКИ

У дисертації проведено теоретичне узагальнення та нове вирішення наукового завдання, що виявляється в формуванні методичного забезпечення та практичних рекомендацій з визначення і реалізації довгострокової стратегії інноваційної діяльності, на основі системної моделі інноваційного розвитку промислового підприємства. За результатами дисертаційного дослідження зроблено наступні висновки.

1. Визначено, що проблема підвищення інноваційної активності промислових підприємств України органічно пов'язана з побудовою обґрунтованого наукового підходу до формування та реалізації стратегії інноваційного розвитку, який може бути сформований на основі впровадження нових і удосконалених підходів, методів, моделей управління інноваційним розвитком підприємства.

2. Обґрунтовано, що для узгодженості управлінських рішень на всіх рівнях управління інноваційним розвитком підприємства необхідно впровадження збалансованих організаційно-економічних, регіональних і державних методів і інструментів, набір яких залежить від можливостей інноваційного розвитку підприємства та конкурентоспроможності продукції.

3. На основі аналізу основних понять інноваційного менеджменту, систематизовано понятійний інструментарій теорії інноватики. Для обґрунтованого виділення інвестицій, раціональної організації та управління інноваційними процесами на підприємстві розроблено класифікацію інновацій для промислового підприємства.

4. Проаналізовано динаміку розвитку інноваційних процесів в промисловості України, яка з одного боку вказує на поживлення інноваційної активності промислових підприємств, а з іншого, на недостатність фінансування науково-технологічного розвитку промисловості з боку держави.

5. Встановлено, що інноваційну активність підприємств промисловості стримує: відсутність державних стимулів до впровадження інновацій у виробництво; нестаток фінансових коштів для реалізації інноваційних проектів; зростання конкуренції з боку іноземних товаровиробників. Для розв'язання цієї проблеми запропоновано створення мережі регіональних центрів управління науково-технологічним розвитком підприємства, які реалізують основні цілі інноваційного розвитку за напрямками діяльності.

6. Запропоновано системну модель інноваційного розвитку промислового підприємства, побудовану на основі діагностування рівня інноваційного розвитку промислового підприємства та конкуренто-спроможності товарної інновації.

7. Для оцінки рівня інноваційного розвитку промислового підприємства запропоновано методику розрахунку інтегрального показника інноваційного розвитку, який складається з суми комплексних показників: інноваційного потенціалу, рівня використання конкурентних переваг; рівня використання ресурсів, рентабельності виробничої і інвестиційної діяльності. Для визначення комплексних показників розроблено методику їх розрахунку.

8. Удосконалено методику оцінки показника конкурентоспроможності нового товару та розширено формулу його визначення за рахунок введення коефіцієнту "сили торгової марки", що характеризує позитивне сприйняття споживачем товарної інновації або підприємства-виробника.

9. Запропоновано стратегії інноваційного розвитку для машинобудівних підприємств ринку систем вентиляції та кондиціонування повітря, на основі розрахунку інтегральних показників інноваційного розвитку та конкурентоспроможності товарної інновації.

10. Проведено оцінку рівня конкурентоспроможності товару досліджених підприємств, які є українськими виробниками. Доведено, що товарні інновації підприємств мають достатні перспективи для впровадження на ринок. На основі конкурентних переваг товарної інновації скоректовано стратегію інноваційного розвитку промислового підприємства та розроблено рекомендації з створення, реалізації і управління товарною маркою (брендинг).

11. Виявлено чинники інноваційно-інвестиційної привабливості промислових підприємств, визначено можливі стратегії залучення інвесторів і руху інвестиційних потоків в інноваційні проекти.

12. Розроблені в дисертаційному дослідженні методики та рекомендації є універсальними і можуть бути використані для формування стратегії інноваційного розвитку та обґрунтування впровадження інноваційних проектів на підприємствах машинобудівної промисловості.

ОСНОВНІ ПОЛОЖЕННЯ ДИСЕРТАЦІЇ ОПУБЛІКОВАНІ В РОБОТАХ

У фахових виданнях:

1. Сиволовська О.В. Дослідження конкурентоспроможності інновацій з врахуванням можливостей інноваційного розвитку підприємства // Вісник економіки транспорту і промисловості. – Харків: УкрДАЗТ, 2004.- Вип. 8.- С. 218-222.

2. Сиволовская Е.В. Процесс формирования инновационной стратегии предприятия // Вісник економіки транспорту і промисловості. – Харків: УкрДАЗТ, 2002.- Вип. 1.- С. 32-35.

3. Верлока В.С., Сиволовская Е.В. Анализ моделей инновационного процесса, оценка их преимуществ и недостатков // Вісник економіки транспорту і промисловості. – Харків: УкрДАЗТ, 2004.- Вип. 4.- С. 128-132.

4. Коноваленко М.К., Сиволовская Е.В. Роль инновационных процессов при формировании стратегии предприятия // Вісник економіки транспорту і промисловості. – Харків: УкрДАЗТ, 2002.- Вип. 1.- С.20-23.

5. Сиволовская Е.В. Роль государства в системе инновационного развития предприятия // Технічний прогрес та ефективність виробництва: Вісник Національного технічного університету “ХПІ”. Збірка наукових праць. – Харків: НТУ “ХПІ”, 2001. – Вип. 24. – С.168 – 171.

6. Сиволовская Е.В. Управление инвестициями в инновационную деятельность предприятий // Вісник економіки транспорту і промисловості. – Харків: УкрДАЗТ, 2003.- Вип. 2.- С.33-35.

7. Коноваленко М.К., Сиволовская Е.В. Теория “длинных волн”, “созидательного разрушения” и “эволюционной экономики” как база развития инновационных процессов // Сборник научных трудов ХИУ по материалам 2-й Международной научно-практической конференции “Актуальные проблемы инновационного развития в Украине”. - Харьков: ХИУ, 2003.- С.214-219.

У інших виданнях:

8. Верлока В.С., Сиволовська О.В. Напрямки створення стратегічної системи державного регулювання інноваційної діяльності промислових підприємств// Теорія та практика державного управління, Харків: Хар РІ НАДУ “Магістр”, 2004.- С.182-187.

9. Сиволовская Е.В. Особенности методов стимулирования инвестиций в инновационную сферу в условиях экономики Украины// Спеціальний випуск Учених записок ХИУ, серія “Наука и практика управління”. - Харьков: ХИУ, 2002.- С. 251 - 255.

Тези конференцій:

10. Верлока В.С., Сиволовская Е.В. Маркетинговый подход для формирования инвестиционной стратегии предприятия // Тези доповідей Міжнародної науково-практичної конференції “Сучасна концепція маркетингу та її реінтерпретація в умовах перехідного суспільства”. м. Харків, 24-25 травня 2001 р., Харків: Харківський інститут бізнесу і менеджменту, 2001.- С. 90-162.

11. Сиволовская Е.В. Роль маркетинговой информации в товарной инновации // Тези доповідей I Всеукраїнської науково-практичної конференції “Маркетингові дослідження в Україні”. Ялта, 15-19 травня 2001 р.- Луганськ: Вид-во СНУ, 2001.- С. 144-145.

12. Сиволовская Е.В. Маркетинговое обеспечение инновационного процесса // Тези доповідей Міжнародної науково-практичної конференції “Маркетингові дослідження в Україні”. Ялта, 27-31 травня 2002 р.- Луганськ: Вид-во СНУ, 2002.- С. 163-164.

АНОТАЦІЇ

Сиволовська О.В. Розробка системної моделі інноваційного розвитку промислового підприємства. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.06.01 – економіка, організація і управління підприємствами. Українська державна академія залізничного транспорту, Харків, 2005.

Дисертація присвячена питанням розробки системної моделі інноваційного розвитку промислового підприємства та прогнозуванню на її основі довгострокової стратегії інноваційної діяльності. Проаналізовано сучасні підходи і концепції теорії інноваційного менеджменту для прогнозування техніко-економічного розвитку країни. Подано загальну характеристику сучасного стану інноваційної діяльності в промисловому комплексі країни і запропоновано функції мережі регіональних центрів управління технологічним розвитком. Розроблено методологічний підхід до формування стратегії інноваційного розвитку промислового підприємства, що ґрунтується на діагностуванні рівня інноваційного розвитку підприємства і оцінці конкурентоспроможності продуктової інновації, з врахуванням коефіцієнта “сили товарної марки”.

На основі аналізу інвестиційної активності виявленні чинники інноваційно-інвестиційної привабливості промислового комплексу України для прогнозування руху інвестиційних потоків в інноваційні проекти.

Ключові слова: інноваційний розвиток, системна модель, стратегія інноваційного розвитку, інноваційна активність, інноваційний процес, продуктова інновація, державна підтримка інноваційної діяльності, конкурентні переваги, конкурентоспроможність інновації.

Сиволовская Е.В. Разработка системной модели инновационного развития промышленного предприятия. – Рукопись.

Диссертация на получение научной степени кандидата экономических наук по специальности 08.06.01 – экономика, организация и управление предприятием. Украинская государственная академия железнодорожного транспорта, Харьков, 2005.

Диссертация посвящена вопросам формирования долгосрочной стратегии инновационной деятельности, основанной на системной модели инновационного развития промышленного предприятия с применением новых подходов и методик, отвечающих современному состоянию конкурентной рыночной среды в Украине.

Исследованы и обобщены теоретические положения мирового развития отраслей народного хозяйства под влиянием научно-технического прогресса. Это позволило выявить возможности использования концептуальных теоретических подходов при прогнозировании долгосрочного технико-экономического развития как отраслей промышленности, так и отдельных предприятий Украины.

Исходя из основных подходов и концепций теории инноватики, был сформулирован понятийный аппарат инновационного менеджмента, выявлены характерные признаки инновации как социально-экономического явления, разработана модель комплексных эффектов от внедрения инновации, предложена классификация инноваций в машиностроительной отрасли. Рассмотрены возможности применения на предприятии методов моделирования инновационных процессов в рамках системного подхода, что позволяет прогнозировать управленческие решения по внедрению инноваций.

Представлена характеристика современного состояния инновационной деятельности в промышленном комплексе страны, установлены негативные факторы влияния, сдерживающие инновационную активность. Доказана необходимость создания сети региональных центров управления технологическим развитием субъектов инновационного предпринимательства, с разделением на департаменты по технологическому укладу, сформулированы цели, задачи, функции, источники финансирования.

Обосновано использование экономико-математических методов и моделей с целью их применения при построении системной модели инновационного развития промышленного предприятия.

На основе исследований методов стратегического управления инновационным развитием предприятия, доказана необходимость построения научно обоснованной методики формирования и реализации инновационных стратегий, с учетом факторов конкурентной среды,

научно-производственного потенциала и уровня инвестиционной привлекательности предприятия. Разработан методологический подход по формированию инновационной стратегии предприятия, который основывается на диагностировании уровня инновационного развития предприятия и оценке конкурентоспособности продуктовой инновации с применением статистических методов обработки информации, факторного и кластерного анализа, качественных методов прогнозирования рынка. Данная методика отличается от известных, введением комплексного показателя конкурентных преимуществ, который при разработке инновационной стратегии развития предприятия, учитывает факторы конкурентной среды.

Интегральный показатель уровня инновационного развития предприятия включает ряд комплексных показателей: конкурентных преимуществ, инновационного потенциала, использования ресурсов, рентабельности производственной и инновационной деятельности. Для определения показателей разработаны расчетные методики, с применением экономико-математических и экспертных методов оценки.

Анализ существующих методик оценки конкурентоспособности и современной ситуации на рынке промышленного оборудования, где существует экспансия известных торговых марок (“войны брендов”), позволил усовершенствовать методику оценки конкурентоспособности нового товара за счет введения коэффициента “силы торговой марки”, который позволяет учитывать рост конкурентоспособности товара за счет позитивного восприятия потребителем бренда предприятия, производящего продуктовую инновацию.

На основе анализа инвестиционной активности выявлены показатели инновационно-инвестиционной привлекательности промышленного комплекса Украины, что позволяет выработать стратегическую программу по привлечению инвесторов и прогнозировать движение инвестиционных потоков в инновационные проекты

Предложенные методики и рекомендации являются универсальными и могут быть использованы для прогнозирования долгосрочных стратегий инновационной деятельности, оценки возможностей инновационного развития предприятия и конкурентоспособности новых товаров, определения конкурентных преимуществ предприятия, обоснования внедрения инновационных проектов на предприятиях всех отраслей промышленности.

Ключевые слова: инновационное развитие, системная модель, стратегия инновационного развития, инновационная активность, инновационный процесс, государственная поддержка инновационной деятельности, товарная инновация, конкурентные преимущества, конкурентоспособность инновации.

Sivolovskaya E.V. Formation of systems model's innovative development of the industrial enterprise . – Manuscript.

The dissertation on reception of a scientific degree of the candidate of economic sciences on a speciality 08.06.01 – “Economy, the organization and operation of business”. The Ukrainian state academy of a railway transport, Kharkov, 2005.

The dissertation is devoted to the questions of increase of the enterprises innovative activity on the basis of formation of complex system of strategic management by innovative development of the enterprise and application of new approaches, techniques, the models adequate to a modern condition of the competitive market environment.

The methodological approach on formation of innovative strategy of the enterprise which is based on diagnosing of a level of innovative development of the enterprise is developed. The suggested – technique is notable for a complex parameter of competitive advantages.

The multicriterion model of substantiation of the efficiency of innovative processes introduction at the enterprise, containing as the criteria of an estimation the parameters of influence of the external and internal environment is constructed.

Key words: innovative development, systems model, innovative activity of the enterprise, innovative process, strategies of the innovative development, the state support of the innovative activity, product innovation, competitive advantages, competition innovation.

Сиволовська Олена Вікторівна

**РОЗРОБКА СИСТЕМНОЇ МОДЕЛІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ
ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Спеціальність 08. 06. 01 – економіка, організація і управління підприємством

**Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук**

Надруковано згідно з оригіналом автора

Відповідальний за випуск

Антошкіна О.Г.

Підписано до друку

Формат паперу 60*84 1/16. Папір для розмножувальних апаратів.

Друк офсетний. Умовн.-друк. арк. 1,0. Обл.-вид. арк. 1,25.

Замовлення № Тираж 100. Безкоштовно.

Видання УкрДАЗТу. Свідоцтво №112 від 06.07.2000 р.

61050, м. Харків – 50, пл. Фейербаха, 7

Друкарня УкрДАЗТу, 61050, м. Харків – 50, пл. Фейербаха, 7