УДК 658.15.012

О.І. КОЛОТЮК, асистент, НТУ «ХПІ»
О.М. ШУКУН, студентка НТУ «ХПІ»
І.С. ЛОКТІОНОВА, студентка НТУ «ХПІ»

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглядається методика формування стратегії інноваційного розвитку підприємства на основі аналізу зовнішнього середовища, дослідження інноваційної діяльності та оцінки інноваційного потенціалу. Виявлено основні фактори, що перешкоджають інноваційній діяльності підприємств. Було запропоновано процедуру оцінки інноваційного потенціалу підприємства.

Ключові слова: інноваційна стратегія, інноваційний розвиток, підприємство.

Вступ. В сучасних умовах основним способом підвищення конкурентоспроможності виробничих товарів, підтримки високих темпів розвитку і рівня прибутковості для підприємств стає впровадження інновацій. Однак інновації є джерелом розвитку лише при умови активного і ефективного їх використання, а також створення сприятливого середовища для їх впровадження.

У зв'язку з цим особливого значення набуває стратегічне управління інноваційним розвитком підприємств, яке орієнтує виробничу діяльність на запити споживачів, дозволяє більш гнучко реагувати і здійснювати своєчасні зміни, добитися конкурентних переваг в довгостроковій перспективі. Таким чином, стратегію інноваційного розвитку підприємства можна визначити як сукупність дій і методів ведення інноваційної діяльності, забезпечує конкурентні переваги за рахунок розробки і впровадження інновацій.

Аналіз основних досягнень і літератури. Початковим моментом формування стратегії інноваційного розвитку може служити аналіз стану зовнішнього середовища. він спрямований на виявлення можливостей і загроз в макро- і мікроекономічному оточенні. При формуванні стратегічної поведінки і виборі напрямків інноваційного розвитку підприємства важливо проаналізувати поточні вимоги господарювання та оцінити перспективні зміни, які можуть відбутися в результаті освоєння технологічних інновацій. Вибравши для впровадження нову або поліпшуючу технологію, найбільш повно відповідає вимогам зовнішньої ефективності розвитку господарської діяльності, необхідно приступити до оцінки внутрішніх сильних і слабких сторін підприємства.

© О.І. Колотюк, О.М. Шукун, І.С. Локтіонова 2013

Наступним етапом на шляху формування стратегій інноваційного розвитку повинна стати оцінка інноваційної активності підприємства. Під інноваційною активністю прийнято розуміти інтенсивність здійснення економічними суб'єктами діяльності по розробці і залученню нових технологій або вдосконалених продуктів в господарський оборот [5].

Мета дослідження. Метою статті є дослідження сучасних методик формування стратегії інноваційного розвитку промислового підприємства.

Матеріали досліджень. Стимулами інноваційної активності служать як зовнішні фактори, так і внутрішні проблеми підприємства (знос обладнання, високі енерговитрати, недолік виробничих потужностей). Зовнішнім стимулом інновацій в основному є боротьба на ринку кінцевої продукції за споживача. На внутрішньому ринку гостру конкуренцію відчувають господарюючі суб'єкти, які виробляють імпортозамінні товари. Експортна орієнтація також служить потужним чинником інновацій, оскільки підприємство змушене просувати свої товари на світовий ринок з високою конкуренцією.

Статистичне дослідження інноваційної діяльності в промисловості Харківської області показало, що в 2012 році до числа інноваційно активних було віднесено 244 підприємства. Це вище рівня 2007 року на 13% [4]. Найактивнішими інноваційними суб'єктами в регіоні сьогодні є інфраструктурні організації. Майже всі події в інноваційній сфері відбуваються за ініціативи та за безпосередньої участі декількох центрів, таких, як бізнес-центр «Харківські технології», КП «Індустріальний парк «Рогань», консалтингова компанія «Бізнес-експерт», Харківський регіональний центр з інвестицій та розвитку, ХЦНТІ.

Аналіз діяльності промислових підприємств показав, що основними чинниками, перешкоджають або обмежують інноваційних активність, є:

- низький рівень науково-технічного та технологічного потенціалу;
- недолік власних коштів та фінансової підтримки держави;
- брак кваліфікованих кадрів та висока вартість нововведень.

Крім того, інновацій перешкоджає низький рівень взаємодії та кооперації при розробці технологічних інновацій.

Оцінка інноваційної активності направлена на те, щоб при проведенні аналізу внутрішнього середовища та формуванні стратегічних цілей розвитку підприємства розглядали науково-дослідний досвід і економічні можливості по впровадженню нових технологій. Якщо у підприємств є певний позитивний досвід реалізації інноваційних проектів, особливо у сфері створення принципіально нових продуктів, то такі панівні суб'єкти, як правило, вибирають стратегії дослідного лідерства, радикального випередження, випереджальної наукоємності,тобто наступальні стратегії.

Мета наступальної стратегії полягає в занятті лідируючого положення на ринку. Вона пов'язана з роллю першопрохідника і заснована на власних творчих можливостях. Необхідних і важливою умовою реалізації цієї стратегії стає впровадження інновації раніше конкурентів [1]. Стратегія «першопрохідця» означає, що підприємство пропонує на ринок принципово новий товар або послугу, одержуючи при цьому перевагу «першого ходу» в даному бізнесі. Нові ринки з'являються в результаті відкриття нових технологій, появи нових знань, виникнення нових запитів у покупців, впровадження нової маркетингової концепції, появи нових фінансових інструментів і т.п. Сучасний світовий досвід показує, що наступальна стратегія пов'язана з високим ризиком, так як інноваційні технології поєднані з невизначеністю як самої розробки, так і реакції ринку на новий винахід. У той же час дана стратегія може забезпечити стійку конкурентну перевагу завдяки монопольної позиції. Головна умова наступальної стратегії - технологічний ривок і швидка реакція на ринкові зміни за рахунок гнучкої організаційної структури та наявних унікальних ресурсів.

Однак, якщо у підприємств превалює досвід впровадження поліпшуючих технологій, які тільки лише вдосконалять і пропонують споживачам модифіковані варіанти широко відомих товарів, то в даному випадку до найбільш імовірним стратегіям інноваційного розвитку можна віднести вичікування лідера, слідування за ринком, збереження технологічних позицій, продуктову імітацію, паралельну розробку, ліцензійну стратегію (тобто стратегії «послідовника»). Стратегія «послідовника» менш небезпечна, але і доходи відповідно у таких підприємств теж нижче.

Оцінку інноваційної активності можна побудувати на аналізі стану діяльності підприємства безпосередньо в сфері НДДКР і взаємопов'язаних з нею структурних елементах. В залежності від рівня поточного технологічного та виробничо-господарського розвитку здійснюється вибір або стратегій лідера, або стратегій послідовника. Далі можна здійснити розрахунок витрат на реалізацію альтернативних варіантів продуктових і технологічних нововведень [5].

Завершальним етапом у процесі розробки стратегій інноваційного розвитку є оцінка інноваційного потенціалу підприємства, яка проводиться з метою визначення достатності фінансово-економічних ресурсів для забезпечення не тільки стратегічної інноваційної, але і поточної виробничої діяльності.

Інноваційний потенціал підприємства являє собою здатність досягати при наявних ресурсах поставлених інноваційних цілей. Структурними компонентами інноваційного потенціалу підприємства є [3]:

- організаційно-управлінський потенціал;
- науково-технічний потенціал;

- виробничо-технологічний потенціал;
- фінансово-економічний потенціал;
- кадровий потенціал.

Результати досліджень. Інноваційний потенціал будь-якого промислового підприємства залежить від специфіки і масштабів його діяльності, а ступінь використання потенціалу визначає інноваційні можливості і сприйнятливість підприємства до нововведень.

Величину інноваційного потенціалу підприємства можна визначити за такою формулою:

$$IP = \sum_{i=1}^{n} k_i R_i \quad (1)$$

де IP - інноваційний потенціал підприємства; n - число складових інноваційного потенціалу підприємства; Ri - і-я складова інноваційного потенціалу підприємства; ki - ваговий коефіцієнт і-ої складової інноваційного потенціалу, який визначається експертно (при цьому $\sum_{i=1}^{n} k_i = 1$).

Як показує практика, із загальної кількості розроблюваних інноваційних проектів на промислових підприємствах не всі досягають кінцевої мети зважаючи на низку причин, серед яких, наприклад, недостатній рівень виробничого потенціалу або помилка на початковому етапі розробки проекту [2]. Відповідно, необхідно розраховувати коефіцієнт використання інноваційного потенціалу:

$$Ki = \frac{IPr}{IPmax}, \quad (2)$$

де IP_R - реальний рівень інноваційного потенціалу підприємства; IP_{MAX}- максимально можливий рівень інноваційного потенціалу.

Коефіцієнт використання інноваційного потенціалу в ідеалі повинен прагнути до 1.

Оцінюючи інноваційний потенціал свого підприємства, керівник визначає свої можливості ведення інноваційної діяльності, тобто відповідає для себе на питання, чи «під силу» підприємству впровадження нових або поліпшуючих технологій. Від стану інноваційного потенціалу залежить остаточний вибір тієї чи іншої стратегії інноваційного розвитку.

Висновки. Таким чином, правильно обрана стратегія є найважливішим результатом і в той же час ефективним механізмом стратегічногоуправління, оскільки вона мобілізує використання науково-технічного, виробничо-технологічного, фінансово-економічного, соціального та організаційного потенціалу підприємства в певних напрямках,обіцяючих досягнення успіху.

Список літератури: **1.** *Водачек Л.,Водачкова О.* Стратегія управління інноваціями на підприємстві. М.: Економіка, 1989. 176 с. **2.** *Тріфілова А.А.* Оцінка ефективності інноваційного розвитку підприємства: Монографія. Москва: Фінанси і статистика, 2005. 304 с. **3.** Економічний аналіз: Навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни / Уклад. *Г.І. Андрєєва.*/ –Суми: УАБС,2007. - 230 с. **4.** *Кочетков С.В.* Оцінка інноваційного потенціалу

промислових підприємств / *Кочетков С.В.* / Економіст. 2006. № 5. С. 34-38. **5.** *Максимов Ю., Мітяков С., Мітякова О., Федосєєва Т.*Інноваційний розвиток економічної системи: оцінка інноваційного потенціалу / *Максимов Ю., Мітяков С., Мітякова О., Федосєєва Т* / Інновації. 2006. № 6. С. 53-56.

Надійшла до редколегії 06.11.2013

УДК 658.15.012

Формування стратегії інноваційного розвитку промислового підприємства /О.І. Колотюк, О.М. Шукун, І.С. Локтіонова// Вісник НТУ „ХПІ". Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Х.: НТУ „ХПІ". - 2013. - № 67 (1040) - С. 103-106. Бібліогр.: 5 назв.

В статье рассматривается методика формирования стратеги инновационного развития предприятия на основе анализа состояния внешней среды, исследования инновационной активности и оценки инновационного потенциала. Выявлены основне факторы, препятствующие инновационной активности предприятий. Предложена методика оценки инновационного потенциала предприятия.

Ключевые слова: инновационная стратегия, инновационное развитие, предприятие.

In the article forming methods are examined strategists of innovative development of enterprise on the basis of analysis of the state of external environment, research of innovative activity and estimation of innovative potential. Основне factors, impedimental to innovative activity of enterprises, are educed. The methods of estimation of innovative potential of enterprise are offered.

Keywords:innovationstrategy, innovativedevelopment, enterprise.

УДК 336.2

О. В. МЕЛЕНЬ, канд. техн. наук, доц., НТУ «ХПІ»;
С. В. ЛУКАШ, студент НТУ «ХПІ»

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ОПОДАТКУВАННЯ ПРИБУТКУ

Стаття присвячена проблемам оподаткування та гармонізації прибутку в Україні і в країнах Європейського Союзу. Розглянуто та проаналізовано роль процентних ставок податку на прибуток в країнах ЄС і в Україні.

Ключові слова: прибуток, облік, податок на прибуток, країни ЄС, податок на дохід фізичних осіб.

Вступ. Однією із основних передумов забезпечення стабільності економіки на сучасному етапі розвитку України є ефективне функціонування податкової системи. На сьогодні система, через яку здійснюється податкова політика, акумулює в собі інтереси різних соціальних груп. В умовах ринкових відносин, центр економічної діяльності переміщається до основної ланки всієї економіки – підприємства. Ефективність функціонування