

УДК 338.931

Клюс Ю. І.

Східноукраїнський національний університет
імені Володимира Даля

ФОРМУВАННЯ КРИТЕРІЇВ РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЯМИ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Визначено склад, розкрито зміст головних принципів, якими слід керуватися при формуванні критеріїв розвитку корпоративного управління інноваціями. Розглянуто стратегічні альтернативи інноваційного розвитку фірми. Запропонована схема формування інноваційної стратегії підприємства при формуванні критеріїв розвитку корпоративного управління інноваціями.

Ключові слова: інновація, корпорація, управління, підприємство.

Постановка проблеми. В Україні з моменту набуття незалежності Президентом і Урядом неодноразово наголошувалось те, що головним фактором стійкого зростання економіки держави можуть бути тільки науково-технічні інновації. Розвиток інноваційної моделі структурної перебудови економіки визначено основним принципом державної політики, згідно якого держава сприяє впровадженню сучасних досягнень науки і техніки (інноваційних розробок) у виробництво. Перетворення в українській економіці слід розглядати у межах цілісного соціально орієнтованого механізму господарювання. Традиційний науковий підхід до економічних досліджень, пов'язаний з генетичним аспектом діалектичного методу пізнання та аналізом причинно-наслідкових взаємозв'язків між економічними явищами, дозволяє вивчати закономірності виникнення та зміни суспільно-економічних формацій, але його необхідно доповнити функціональним аспектом, який пов'язаний із вже ustalеним відтворенням економіки в даний історичний момент.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у дослідження проблем управління інноваціями зробили іноземні та вітчизняні науковці Бажал Ю., Валдайцев С., Ільєнкова С., Завлін П., Калецькі М., Кондратьєв Н., Коренної А., Лапко О., Нейкова Л., Санто Б., Солоу Р., Твісс Б., Черваньов Д., Шумпетер Й.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Проте і на сьогоднішній день питання розвитку корпоративного управління інноваціями залишається об'єктом дискусій.

Метою статті є визначення критеріїв розвитку корпоративного управління інноваціями на промислових підприємствах.

Виклад основного матеріалу. Визначимо склад і розкриємо зміст головних принципів, якими слід керуватися на етапі формування критеріїв розвитку корпоративного управління інноваціями з метою подальшого включення їх в багатоцільову модель задач.

Формалізуємість – облік наявності об'єктивної можливості математично описати показник, рекомендований до включення в багатоцільову модель задач в якості критерію оптимальності.

Незалежність – відсутність реальної можливості висловити один критерій через інший шляхом відповідного агрегування.

Принцип повноти – відображає необхідність і можливість поліпшення всіх або більшої частини основних елементів системи інвестиційного планування завдяки включенню в модель задач певного набору критеріїв. Реалізація цього принципу забезпечить отримання інтегрального (синергетичного) економічного ефекту.

Впорядкованість – зумовлює потребу першочергового включення в багатоцільову модель в якості критеріїв оптимальності тих показників, які знаходяться під безпосереднім (прямим) впливом результату вирішення даного інвестиційно-планового завдання. У разі прийняття за критерій тих показників, які відчують на собі опосередкований вплив (тобто через систему інших показників) на кінцевий результат вирішення завдання, стає неможливим визначити в повному обсязі і досить точно потенційний економічний ефект від її впровадження.

Ненадмірність – означає недоцільність включення в модель задач дублюючих один одного критеріїв, а також тих з них, які надають приблизно рівноцінний вплив на кінцевий економічний результат через одну і ту ж систему опосередкованих показників.

Узгодженість – дотримання несуперечності між показниками, рекомендованими в якості критеріїв оптимальності багатоцільовий моделі задач.

В якості додаткових принципів нами рекомендується такі принципи:

Принцип науковості. Він обумовлює необхідність обґрунтування складу критеріїв моделі інвестиційної завдання на розрахунковій основі.

Принцип адаптованості. Він полягає в тому, що в багатокритеріальних моделях інвестиційних завдань мають бути адекватним чином враховані основні цілі, сформульовані в місії підприємства.

Принцип оперативності. Він передбачає необхідність швидкого внесення необхідних коректив у обмеження і критерії моделі завдання, обумовлені змінами. Що відбулись в макро- і мікросередовищах.

Початковим етапом, з якого починається процес обґрунтування вибору найбільш доцільного складу критеріїв оптимальності багатоцільовий моделі інвестиційної задач, є побудова граф-схеми. Вона покликана, по-перше, конкретизувати склад показників, що претендують на роль критеріїв оптимальності, по-друге, відобразити багатовимірний характер взаємозв'язку між відповідними показниками і кінцевим економічним результатом, по-третє, слугувати необхідною інформаційною основою для розробки методики розрахунків визначення питомої впливу конкретного показника (критерію) на досягнення кінцевого економічного результату. В якості вимірників кінцевого результату (критерію) впровадження рішення інвестиційного завдання можуть бути рекомендовані: ЧПС, ВНД, ДЗГ, ІР та ін. У кожному випадку склад критеріїв оптимальності, що включаються в ЕММ планово-інвестиційного завдання, потребує окремого обґрунтування.

Під многокритеріальною (векторною) оптимізацією розуміють процедуру, суть якої полягає в

необхідності використання спеціальних математичних методів (правил, прийомів, схем обчислень), що забезпечують отримання ефективних значень змінних (плану) в умовах, коли в моделі задачі присутні кілька критеріїв, а головний з них не встановлений.

При постановці завдання як багатовимірної оптимізації до приватних критеріїв ставляться такі вимоги:

1) відповідність цілям, які будуть досягнуті в результаті рішення задачі багатокритеріальної оптимізації;

2) чутливість до зміни варіанта вибору прийнятого рішення;

3) наявність чіткого техніко-економічного трактування;

4) досить легка обчислюваність з використанням доступних вихідних даних.

З переходом до векторного критерію виникають додаткові вимоги до твірної його сукупності приватних критеріїв:

1. Набір критеріїв повинен повністю характеризуватися сукупністю значень приватних критеріїв, а введення додаткових приватних критеріїв не впливає на результати вибору.

2. Векторний критерій повинен містити мінімальну кількість приватних критеріїв. При цьому приватні критерії характеризують різні властивості порівнюваних варіантів.

3. Векторний критерій повинен допускати спрощення завдання шляхом переходу до розгляду окремих приватних критеріїв незалежно від інших. У цьому випадку розуміється, що в постановці завдання приватні критерії незалежні по перевазі.

При багатокритеріальної постановці завдання відшукання оптимального рішення істотно ускладнюється в порівнянні з однокритеріальним підходом. Складність проблеми використання методології векторної оптимізації для вирішення інвестиційних завдань полягає в тому, щоб шляхом використання додаткової інформації звузити сукупність невідоміших результуючих оцінок до отримання одного найкращого рішення.

Багатокритеріальні (векторні) методи можуть бути класифіковані на чотири основні класи.

У складі методів першого класу містяться:

1) «правило північно-східного кута»;

2) метод В.В. Подиновського;

3) метод попарного порівняння векторних оцінок.

До методів другого класу відносяться методи:

1) ланцюжків;

2) опорних множин;

3) порядкових коефіцієнтів важливості.

У складі методів третього класу фігурують методи:

1) головного критерію;

2) симетрично-лексикографічний;

3) узагальненого критерію;

4) сумарного відхилення векторного критерію від «ідеальної точки» (метод цільового програмування);

5) прийняття рішень при наявності лінгвістичних критеріїв;

6) скаляризації;

7) послідовної поступки;

8) вирішальних матриць;

9) Терстоуна;

10) теорії багатовимірної корисності;

11) аналізу ієрархій;

12) Монте-Карло (метод статистичних випробувань).

Реалізація будь-якого методу формування оптимального портфеля реальних інвестиційних проектів пов'язана з підготовкою та збором необхідної експертної інформації, яку слід піддати аналізу на відповідність її необхідним вимогам. Для цього можуть бути використані методи аналізу інформації, отриманої експертним шляхом.

Інноваційна стратегія підприємства є функціональною стратегією і має відображати інноваційну політику підприємства, що дозволяє підвищувати або підтримувати конкурентний статус продукції підприємства. Формування корпоративного управління інноваціями на підприємстві обов'язково має враховувати їх стратегічну направленість. Отже, можна сказати, що інноваційна стратегія підприємства має відображати зміст та основні напрямки процесу інноваційного розвитку підприємства. Ключовими чинниками, що визначають цілі й засоби досягнення цілей інноваційної стратегії в рамках її впливу на формування корпоративного управління інноваціями, є [3]:

– баланс між продукцією, що випускається, і технологічними можливостями підприємства, що визначає межі варіантності підприємства в умовах зміни зовнішнього навколишнього середовища, а також можливість задоволення споживача з необхідним рівнем якості;

– баланс між фундаментальними і прикладними науковими розробками, що визначає інноваційний заділ або реальні ключові компетенції, які можна здійснити в доступному для огляду майбутньому;

– позиціонування на ринку з урахуванням отримання конкурентних переваг, що дозволяє виробляти конкурентоспроможну продукцію для тих сегментів ринку, які представляють інтерес для вищого керівництва;

– час розробки і виходу на ринок, що забезпечує отримання високого і сталого прибутку.

Неважко помітити, що, по-перше, всі фактори направлені на те, щоб інноваційна діяльність забезпечувала якісне корпоративне управління та певні конкурентні переваги підприємству на тому чи іншому ринку товарів та послуг, і, по-друге, чинники можуть впливати не тільки як окремі «аспекти впливу», а й в певних поєднаннях, що ускладнює процес формування інноваційної стратегії при корпоративному управлінні інноваціями [5].

Частка коштів, що виділяються на інноваційну діяльність підприємства, у загальному обсязі фінансування діяльності підприємства визначається його керівництвом індивідуально і визначається рядом факторів, основними з яких є:

1. Галузева приналежність підприємства.

2. Базова стратегія підприємства.

3. Обсяг фінансових ресурсів підприємства.

У процесі розробки бюджету інноваційної діяльності на підприємстві для визначення та оцінки витрат за окремими інноваційними проектами та ефективності інноваційної діяльності в цілому можуть використовуватися економічні та технологічні критерії, такі як обсяг продажів, досягнення лідируючого становища на ринку, дохід на одиницю вкладень.

Послідовність формування інноваційної стратегії підприємства при формуванні корпоративного управління інноваціями пропонуємо на рис. 1.

Аналіз інноваційної ситуації, що склалася на підприємстві, повинен бути вихідним моментом процесу формування інноваційної стратегії підприємства при формуванні корпоративного управ-

ліній інноваціями. Він має починатися з короткої характеристики основних цілей і завдань, що стоять перед підприємством в даній сфері діяльності. При цьому особлива увага повинна приділятися аналізу та оцінці ринкового становища підприємства. Доцільно давати опис інноваційного потенціалу кожного товару, що випускається, чи груп товарів; застосовувати на сучасному етапі інноваційної стратегії і тактики; виділяти і оцінювати специфічні фактори зовнішнього і внутрішнього середовищ; аналізувати і оцінювати позиції і дії конкурентів [4].



Рис. 1. Запропонована схема формування інноваційної стратегії підприємства при формуванні критеріїв розвитку корпоративного управління інноваціями

Виявлення інноваційних можливостей і недоліків в інноваційному розвитку підприємства доцільно здійснювати з метою оцінки виникаючих у нього інноваційних можливостей, а також ймовірних небезпек. Даний етап має сприяти здійсненню процесів передбачення впливу на економічну стійкість підприємства в процесі реалізації інноваційного планування. Необхідно зазначити, що великі можливості в цій сфері надають комп'ютерні технології. Причому необхідно користуватися саме специфічними, інноваційними перевагами цих технологій.

На основі результатів, отриманих на двох попередніх етапах, на третьому етапі обґрунтування та розробки інноваційної стратегії підприємства при формуванні корпоративного управління інноваціями необхідно сформулювати основні проблеми і завдання його інноваційного розвитку на плановану перспективу [3].

Вважаємо необхідним зосередити увагу на існуючій стратегічній альтернативі інноваційного розвитку фірми, які дозволяють реалізувати інноваційну стратегію підприємства при формуванні корпоративного управління інноваціями.

Технологічні інновації. Технологічні інновації засновані на різноманітті способів перетворення предмету праці або початкових продуктів в кінцевий.

Технологічні інновації можуть викликати інновації в оргструктурі, обліку і підготовці кадрів. Потенціал технологічних інновацій в умовах конкуренції великий, оскільки вони є єдиним засобом отримання переваги або формування власної ніші на ринку товарів.

Інновації товарів (послуг). Можливі наступні види товарних інновацій:

- перехід на новий тип товару, але в рамках задоволення тієї ж потреби;
- маркетингове формування попиту на новий тип товару, освоєного виробництвом;
- освоєння виробництва товару в порядку диверсифікації портфеля або виробничої програми фірми, нового для неї, але не обов'язково нового взагалі;
- часткове оновлення окремих елементів виробу, що приводить до зростання якості і підвищення попиту.

Товарні інновації є результатом прикладних наукових досліджень і розробок, здійснюваних в сукупності з маркетинговими опрацюваннями [5].

Маркетингові інновації. Маркетинг як система товаропродвиання багатобразний за процедурами і операціями. Кожна з них відрізняється своєю технологією, але в цілому в маркетингу головне – інформація про товар або послугу і про переваги володіння ним.

Інновації в маркетингу виникають за рахунок різних поєднань окремих процедур і операцій, застосування більш прогресивних алгоритмів перевірки і обробки інформації. Метою маркетингових інновацій є розширення потенційного попиту на товар або послуги, причому з контрольованою в часі динамікою, що дозволяє досягти синхронізації за часом досягнення типу попиту і максимуму виробничих можливостей по випуску відповідного товару.

При цьому необхідно урахувати, що подібні цілі ставить кожний учасник конкурентної боротьби, тому маркетингова інновація значною мірою з'являється завдяки упередженому вивченню поведінки суперників, науковому аналізу і прогнозу їх дій.

Фінансові інновації. Фінанси, що розглядаються як суспільно-виробничі відносини з приводу створення і розподілу сукупного валового продукту, володіють складною внутрішньою структурою, інформаційними потоками, що сполучають центри ухвалення рішення і відповідальності, з одного боку, і центри витрат – з іншого, алгоритмами прямих і зворотних дій, технологією збору, передачі, обробки і зберігання інформації, здійснюваними в рамках діючих законів і відповідних їм підзаконних актів.

До числа фінансових інновацій можна віднести: вдосконалення системи фінансування з бюджету і кредитування; перехід до нових схем взаємних розрахунків; створення і задіявання механізму гарантування заявок на кредити; введення і відміни різного роду пільг; кроки по розширенню прав і відповідальності внутрішньосистемних структур у витрачання засобів.

Інновації в оргструктурі. Організаційна структура фірми при формуванні корпоративного управління інноваціями є похідною від: вимог власника; технології менеджменту; технології виробництва; умов реалізації продукції (послуг); стану регіональної, галузевої і внутрішньфірмової інфраструктури; діючих типових вимог [3].

Вже з приведеного переліку чинників видно, що оргструктура є благодатним полем для інновацій,

які у багатьох випадках носять конкретний і іманентний фірмі характер. При цьому існують деякі загальні канони інновірування (вдосконалення) оргструктури. Серед них: уникання суб'єктивізму і кон'юнктурних впливів; удосконалювання руху інформації і знижування витрат, в першу чергу умовно-постійних; використання кооперації і послуг сторонніх організацій як засобів (і у випадку економії витрат на виробництво; використання передового досвіду, потенціалу бенчмаркінгу. Основна умова здійснення інновацій в оргструктурі – пов'язані з нею витрати повинні перекриватися економією витрат на виробництво і додатковою виручкою від розширення продажів. Як видно, таке

зіставлення вимагає проведення досліджень і розрахунків ефективності по можливих варіантах інновацій оргструктури. Це, у свою чергу, пов'язано з витратами, які виправдовуються упевненістю в обґрунтованості ухвалених рішень.

Висновки і пропозиції. Формування критеріїв розвитку корпоративного управління інноваціями здійснюється з урахуванням внутрішніх і зовнішніх умов функціонування підприємства. В основі розробки інноваційної стратегії мають бути стратегічні управлінські рішення, що відображають урахування всіх питань щодо її здійснення. Розробка цих рішень має бути перспективним напрямом досліджень.

Список літератури:

1. Варфоломєєва В.О. Інформаційне забезпечення управління розвитком інноваційного потенціалу підприємств малого бізнесу / В.О. Варфоломєєва // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – № 5. – С. 165–171.
2. Волков О.І., Денисенко М.П., Гречан А.П. та ін. Інноваційний розвиток промисловості України / [О.І. Волков, М.П. Денисенко, А.П. Гречан та ін.]; за ред. О.І. Волкова, М.П. Денисенка. – К.: КНТ, 2006. – 648 с.
3. Ілляшенко З. Формування структури інвестиційних ресурсів розвитку підприємств / З. Ілляшенко // Бізнес Інформ. – 2009. – № 9–10.
4. Ілленкова С.Д., Гохберг Л.М., Ягудин С.Ю. та ін. Інноваційний менеджмент: [підручник для вузів] / [С.Д. Ілленкова, Л.М. Гохберг, С.Ю. Ягудин та ін.]; під ред. С.Д. Ілленкової. – М.: Банки і біржі ЮНІТІ, 1997.
5. Федулова Л.Н. Перспективи інноваційно-технологічного розвитку промисловості України / Л.Н. Федулова // Економіка України. – 2008. – № 7. – С. 24–36.

Клюс Ю. И.

Восточноукраинский национальный университет имени Владимира Даля

ФОРМИРОВАНИЕ КРИТЕРИЕВ РАЗВИТИЯ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИЯМИ НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Резюме

Определен состав и раскрыто содержание основных принципов, которыми следует руководствоваться при формировании критериев развития корпоративного управления инновациями. Рассмотрены стратегические альтернативы инновационного развития фирмы. Предложена схема формирования инновационной стратегии предприятия при формировании критериев развития корпоративного управления инновациями.

Ключевые слова: инновация, корпорация, управление, предприятие.

Klus Y. I.

Volodymyr Dahl East Ukrainian National University

CRITERIA FORMATION OF DEVELOPMENT OF CORPORATE GOVERNANCE OF INNOVATIONS AT INDUSTRIAL ENTERPRISES

Summary

The composition and the content of the main principles that should guide the formation of criteria of corporate governance innovations. Consider strategic alternatives innovative development company. The scheme of formation of innovative business strategy in the formation of criteria of corporate governance innovations.

Keywords: innovation, corporation management company.