

ІНФОКОМУНІКАЦІЙНІ МОЖЛИВОСТІ ТА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНІ ПОТРЕБИ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ ЩОДО УПРАВЛІНСЬКОГО ІНСТРУМЕНТАРІЮ СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Воронжак П.В.

Одеський національний політехнічний університет

Для характеристики та оцінювання інфокомунікаційних можливостей та інтелектуальних потреб промислових підприємств щодо удосконалення організаційно-економічного інструментарію стратегії інноваційного розвитку потрібно з'ясувати *два питання*:

–чи утворюють інфокомунікаційні можливості та інтелектуальні потреби перешкоди та (або) передумови інноваційного розвитку підприємства як результативного процесу;

–чи змінилися інфокомунікаційні можливості та інтелектуальні потреби промислових підприємств якісно та кількісно;

Проведене дослідження інфокомунікаційних можливостей та інтелектуальних потреб промислових підприємств надало підставу для таких узагальнень:

Порівняння результатів опитувань та статистичних досліджень перешкод інноваційного розвитку та причини інноваційної пасивності довело, що:

–інфокомунікаційні можливості підприємств обмежує недостатня кількість джерел інформації про нові технології, що, як перешкода має високий рейтинг (третій – 5,5%);

–інтелектуальні потреби підприємств обмежують організаційні та правові проблеми (5,2%), до яких доцільно додати складність пошуку партнерів з інноваційної співпраці (11,0% – другу перешкоду за загальним рейтингом вагомості), а також неспроможність управлінського персоналу оцінити нові технології (4,9%), що обумовлює його низька кваліфікація (3,4%).

Аналізування підтвердило попередні висновки щодо *наявності залежності між розміром підприємства та широтою кола інформаційних джерел*: чим більше підприємство, тим ширше коло, однак склад джерел при цьому не є однаковим. При цьому *структура джерел у підприємств однієї розмірної групи має схожі характеристики*, тобто вплив галузевих особливостей інформаційних джерел несуттєвий. Це досить дивно, оскільки для високотехнологічних галузей мало було б відбуватися зростання частки зовнішніх джерел, проте цього не має.

Важливим висновком щодо розбіжності інформаційних джерел за критерієм розміру підприємств є суперечлива позиція середніх підприємств, які активніше залучають деякі інституційні та інші інформаційні джерела ніж малі, проте рівня великих підприємств не досягають по жодному показнику. А по деяким програють і малим, і великим по:

а) ринковим джерелам в секторах конкурентів і інших підприємства галузі, клієнтів і покупців;

б) інституційним джерелам в секторах консультантів, комерційних лабораторій, приватних НДІ;

в) іншим джерелам в секторі наукових журналів та публікацій.

Стосовно інфокомунікаційних можливостей промислових підприємств можна зазначити, що дослідження [1-4] довели, що:

–підприємства у різних регіонах сьогодні мають нерівні інфокомунікаційні можливості. Хоча на 01.01.2013р. ступінь проникнення широкосмугового доступу в Україні в цілому дорівнював 35%, мала місце проблема значної регіональної нерівності та істотного перекосу розподілу Інтернет-аудиторії в бік великих міст: на м.Київ припадає 41,8% всієї української аудиторії, на Дніпропетровськ – 16,1%, Донецьк – 6,7%, Харків – 6%, Львів –

5,2%. Водночас у Рівненській, Житомирській, Закарпатській, Чернівецькій і Кіровоградській областях – менш як по 1% інтернет-споживачів [2];

–аналізування показників рівня проникнення фіксованого телефонного зв'язку, рухомого (мобільного) зв'язку, кабельного телебачення, доступу до ширококутвого Інтернету та частки населення, що користується Інтернетом, довело, що на жаль, ситуація повільно змінюється на тлі збереження загальних тенденцій [4]: а) рівень проникнення рухомого (мобільного) зв'язку на кінець 2014р. (кількість абонентів на 100 осіб) становив 142,4% (на 01.10.2015р. – 142,9%); б) рівень проникнення фіксованого телефонного зв'язку на кінець 2014р. (кількість абонентів на 100 осіб) – 24,4% (на 01.10.2015р. – 21,1%); в) кабельним телебаченням на кінець 2014р. було охоплено 18,2% українських домогосподарств (на 01.10.2015р. – 17,1%), а їх 22,2% мали доступ до фіксованого ширококутвого Інтернету (на 01.10.2015р. – 29,8%); д) на кінець 2014 р. регулярно Інтернетом користувалися 57% загальної чисельності жителів України, а на кінець III кварталу 2015 р. – вже 58%.

Стратегія інноваційного розвитку базується на безперервності ланцюгу «інновації-стратегія-інновації», зорієнтованого на загальну стратегію управління підприємством та чотири ключових етапи управління інноваційним розвитком (аналіз, планування, реалізацію, контроль), що визначають зміст *функціональних потреб підприємства* щодо поетапного застосування управлінського інструментарію стратегії інноваційного розвитку. Крім функціональних потреб підприємства доцільно виділити також *інструментальні та методологічні потреби*, які стосуються обґрунтованого вибору і застосування відповідного управлінського інструментарію на кожному етапі стратегії інноваційного розвитку, узгодження завдань, ресурсів, мети і інструментів. Так, до інтелектуальних потреб підприємства додає застосування:

–управління за цілями як методу планування, оцінки діяльності і управління, працівників, підрозділів і підприємства в цілому – попередню підготовку системи управління та забезпечення певного рівня корпоративної культури;

–управління знаннями – обмін знаннями та досвідом, самовдосконалення персоналу, підвищення зони відповідальності та особистісний зріст;

–управління якістю – стандартизацію та формалізацію бізнес-процедур, розробку системи контролю й оцінки діяльності, системи стимулювання персоналу через колективний бонус по результату;

–бенчмаркінг – порівняльний аналіз ефективності роботи підприємства у всіх сферах діяльності з показниками інших, більш успішних, а також порівняння бажаних змін і результатів зі створеною еталонною моделлю;

–реінжиніринг бізнес-процесів – створення та підтримку системи безупинних покращень результативності бізнесу.

Ретроспективний аналіз стратегічного управління промисловими підприємствами довів зростання їх інтелектуальних потреб на методологічному та інструментальному рівні, у т.ч. щодо інформаційних джерел та інструментів.

Підводячи підсумки щодо секторальної інноваційної активності промислових підприємств, можна зазначити, що їх інфокомунікаційні можливості:

а) утворюють як перешкоди, так і передумови інноваційного розвитку промислового підприємства як результативного процесу;

б) змінилися як ззовні, так і всередині підприємства.

Література

1. Безпрозваних О. О. Аналіз чинників, які перешкоджають розвитку інноваційної сфери української економіки / О. О. Безпрозваних //Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі. – 2012. – № 1. – С. 126–134.

2. Проблеми розвитку широкосмугового доступу до Інтернету в Україні / П. П. Воробієнко, В. М. Гранатуров // Економіка України. – 2014. – № 2. – С. 51-62.
3. Інформаційне суспільство в Україні: стан, проблеми, перспективи : Матеріали щорічної науково-практичної конференції за міжнародною участю «Дні інформаційного суспільства - 2015», Київ, 19-20 травня 2015 р. / Упоряд.: М. Малюга; За заг. ред. д. держ. упр., проф. Н. В. Грицяк. – «Видавництво «Тезис», 2015 – 226 с.
4. У 2015 році кількість інтернет-користувачів в Україні становила понад 58% населення [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.unian.ua/society/1254409-u-2015-rotsi-kilkist-internet-koristuvachiv-v-ukrajini-stanovilo-ponad-58.html>.
5. Система управління інноваційним потенціалом підприємств [Електронний ресурс] / О. В. Толмачова // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2014. – № 3 (13). – С. 134-139. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/n3.html>.
6. Регулювання інноваційного розвитку будівельної сфери [Електронний ресурс] / А. П. Дука // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2014. – № 3 (13). – С. 203-208. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/n3.html>.
7. Інноваційний розвиток підприємств аграрної сфери: регіональний аспект [Електронний ресурс] / О. Р. Жидяк // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2012. – № 2 (3). – С. 165-168. – Режим доступу до журн.: <http://www.economics.opu.ua/n3.html>.
8. Технологія оцінки і обліку інтелектуальної складової діяльності як передумова для комплексного аналізу інноваційного потенціалу виробничого підприємства [Електронний ресурс] / Л. О. Волощук, Л. В. Скороходова // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2012. – № 3-4 (4-5). – С. 89-93. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2012/n4-5.html>.
9. Філіппова С. В. Інтелектуальний потенціал як головний чинник формування інтелектуального капіталу / С. В. Філіппова, К. В. Ковтуненко // Проблеми економіки та управління. Вісник національного університету «Львівська політехніка». – Львів, 2013. – № 754. – С. 227–232