

цеси інвестиційної діяльності та створити оптимальну систему оперативного управління, яка буде формуватись з підсистем планування, організації та моніторингу за інвестиціями, котрі будуть контролюватись менеджментом підприємства для забезпечення ефективного та стабільного соціально-економічного розвитку з можливістю у перспективі проводити постійну адаптацію підприємства до змінних умов зовнішнього середовища.

338.12.017

Соловьев В. П., д.э.н., к.т.н., профессор,
заместитель директора Центра исследования
научно-технического потенциала им. Г.М. Доброва НАНУ
solovyov@nas.gov.ua

ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ КАК ИНСТРУМЕНТ ВЛИЯНИЯ НА ФОРМИРОВАНИЕ РЫНКА НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ

АНОТАЦІЯ. Розглянуто особливості об'єктів продажу-придбання на ринках науково-технічної продукції і особливі вимоги до структури ринкової інфраструктури які з цього випливають. Виходячи з принципів інноваційного менеджменту, запропоновано формувати інноваційну інфраструктуру на основі узгодження цілей виробників і споживачів інноваційної продукції.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: науково-технічна продукція, інноваційний менеджмент, інноваційна інфраструктура, ринкова інфраструктура.

АННОТАЦИЯ. Рассмотрены особенности объектов продажи-приобретения на рынках научно-технической продукции и особые требования к структуре рыночной инфраструктуры, которые из этого следуют. Исходя из принципов инновационного менеджмента, предлагается формировать инновационную инфраструктуру на основе согласования целей производителей и потребителей инновационной продукции.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: научно-техническая продукция, инновационный менеджмент, инновационная инфраструктура, рыночная инфраструктура.

ABSTRACT. The features of the objects of sale-purchase markets scientific and technical products and the consequent special requirements for the structure of the market infrastructure are described. Innovation infrastructure is proposed to form the basis for negotiation purposes of

producers and consumers innovative products with using of the principles of innovation management.

KEY WORDS: R & D products, innovation management, innovation infrastructure, market infrastructure.

Проблема превращения науки в непосредственную производительную силу общества в современных условиях тесно связана с умением формировать рынок научно-технической продукции с учетом того, что он существенно отличается от рынка «обычных» товаров и услуг. В качестве основного инструмента такого формирования может быть инновационный менеджмент.

Отметим, что объектом управления при использовании инструментария инновационного менеджмента является среда, в которой действует (а фактически — живет) данный объект. При этом предполагается, что объект управления обладает определенным запасом «свободной воли». Это означает, что, кроме подчинения внешней регламентации базовых видов деятельности, такие объекты могут руководствоваться информацией, которой не было и не могло быть при составлении такого рода регламентов. Кроме того, поскольку такой объект обладает свойством прогностических оценок ситуации, он является самоорганизующимся и когнитивным, что позволяет ему при принятии решений учитывать внутренние цели и мотивации, основанные на индивидуально воспринимаемой информации и интуиции.

Задачей менеджмента, в данном случае, является создание такой среды функционирования объекта управления, в которой он наилучшим образом может использовать свои свойства самоорганизации и выявления вновь возникающих источников информации, характеризующей, например, деятельность конкурентов и изменения в структуре и свойствах среды.

Чтобы способствовать формированию рынка научно-технической продукции, приходится учитывать специфические свойства такого рынка. К таковым относятся: уникальность продукции, которая в своем конкретном выражении присутствует на рынке, чаще всего, только *в единственном экземпляре*; для покупателя сделка связана с повышенным риском, поскольку приобретаются, как правило, всего лишь *возможности* развития бизнеса; риск потери возможных доходов есть и для продавца, т.к. возможна *собственная недооценка* перспектив созданного новшества; акт продажи-приобретения инновационной продукции предусматривает *различные объемы дальнейших прав* на эту

продукцию — как продавца, так и покупателя; договоры на заключение сделок по продаже-приобретению инновационной продукции, как правило, содержат *ограничивающие условия* использования соответствующих прав — срок, территорию и объемы использования; критерии, по которым определяется *цена конкретной продукции* для каждого ее вида, существенно различны.

Ситуация с формированием рынка научно-технической продукции осложняется тем, что его субъектами могут быть как крупные промышленные компании, выступающие и продавцами, и покупателями, так и индивидуальные изобретатели и мелкие инновационные фирмы — генераторы новых технических идей, которые чаще всего относятся к категории продавцов.

В результате, традиционная инфраструктура рынка дополняется рядом специфических элементов, таких как: специальные подразделения, которые занимаются выявлением и приобретением технологий на рынке; специальные отделы по продаже лицензий; посреднические фирмы (прежде всего, патентные поверенные); банки данных о выполненных разработках и потребностях на новые разработки в различных отраслях.

В условиях переходной экономики часто возникает ситуация, когда готовые к практическому использованию разработки в стране имеются (что свидетельствует о наличии потенциала производства инноваций), однако процесс коммерциализации протекает вяло из-за отсутствия таких элементов инновационной инфраструктуры, которые способствовали бы совмещению целей производства новых знаний и целей получения прибыли за счет технологического обновления производства. Поэтому актуальной становится задача поощрения создания научных, промышленных и технологических парков. Формально такие парки в Украине создаются, о чем свидетельствует наличие специальных законов и других нормативных актов, но этот процесс носит скорее имиджевый, чем экономический характер.

Наиболее удачным в Украине является законодательство по научным паркам, которое декларирует возможность создания малых предприятий при научных институтах и университетах с целью поиска круга потребителей производимых наукой инноваций на отраслевых и территориальных рынках.

В отличие от зарубежной практики, где грюндерские парки (одна из разновидностей промышленных парков) формируются с целью фискальной помощи промышленным предприятиям в до-ступе на рынки научно-технической продукции и новых техноло-

гий, в українському законодавстві по підтримці промислових парків ця задача повністю ігнорується.

Основні недоліки національного законодавства по підтримці технологічних парків заключаються в спробі, з допомогою цього законодавства, надати технопаркам статус підприємств, що виробляють прибуткову продукцію. Об цьому свідчить той факт, що основними пільгами, стимулюючими створення і діяльність технопарків в Україні, вважаються зниження податку на прибуток і податку на додану вартість.

УДК 338.2:334 (447)

Тараш Л. І.

д.е.н., с.н.с., провідний науковий співробітник відділу проблем регуляторної політики і розвитку підприємництва Інституту економіки промисловості НАН України

Петрова І. П.

аспірант
Інституту економіки промисловості НАН України
mslrynaPetrova@yandex.ua

УПРОВАДЖЕННЯ МЕХАНІЗМУ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА У СУЧАСНІЙ УПРАВЛІНСЬКІЙ ПРАКТИЦІ В УКРАЇНІ

АННОТАЦІЯ. У роботі розглянуто готовність України до впровадження механізму державно-приватного партнерства в управлінську практику.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: державно-приватне партнерство, управлінська практика, «індекс готовності»

АННОТАЦИЯ. В работе рассмотрена готовность Украины к внедрению механизма государственно-частного партнерства в управленческую практику.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: государственно-частное партнерство, управленческая практика, «индекс готовности»

ANNOTATION. The paper considers the readiness of Ukraine for implementation of the mechanism of state-private partnership in management practice.

KEY WORDS: public-private partnership, management practices, «the readiness index»