

Черленяк І.І., Дюгованець О.М.

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ДЕТЕРМІНАНТИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БІЗНЕСУ

Стаття присвячена вивченню ролі інноваційного чинника в підвищенні конкурентоспроможності вітчизняних фірм. Досліджується місце технологій в інтелектуальному капіталі підприємства, розглянуто вплив інноваційних технологій на розвиток фірми за допомогою ресурсного підходу.

Ключові слова: інноваційний розвиток, інтелектуальний капітал, технології, інноваційні технології, конкурентоспроможність підприємства, ресурсний підхід.

ВСТУП

В умовах прискорення процесів інтеграції та глобалізації світогосподарських зв'язків наразі у розвинутих країнах світу від 50-90% зростання ВВП визначається інноваціями і технологічним прогресом [1]. Річний оборот на світовому ринку нових технологій і наукомісткої продукції в декілька разів перевищує оборот сировини, в тому числі нафти і газу. Більшість країн світу розглядають розробку і впровадження інноваційних технологій як необхідну основу забезпечення сталого економічного зростання. Економічні актори розвинутих країн велику увагу приділяють використанню інноваційного чинника для підвищення конкурентоспроможності фірм на товарних ринках. В Україні, ні економічні агенти, ні вітчизняні науковці-економісти не приділяють цій проблемі відповідної уваги. Представляє науковий та практичний інтерес дослідження потреб, можливостей та перспектив переходу вітчизняних фірм до концепції розширеного залучення інновацій для забезпечення конкурентоздатності.

Останнім часом з'явилась значна кількість робіт як зарубіжних (І. Кендалл, Є. Пенроуз, М. Портер, Г. Пісано, К. Роллінз, Д.Тісе, Ф. Цесароні, Е. Шуен Г. фон Крог, Г. Стюарт тощо), так і російських або вітчизняних авторів (М. Венцин, В.Вракінг, В. Колесов, Н. Кузнецова, тощо), які присвячені різним аспектам інноваційного розвитку підприємств та корпорацій. В цих роботах досліджуються питання потреби в залученні інновацій технологічного характеру в діяльність фірм. Якщо зарубіжні вчені вважають найвагомим чинником інноваційного розвитку зусилля самих підприємств в створенні інноваційних можливостей, то вітчизняні та російські дослідники підкреслюють випереджаючу роль державної підтримки інноваційного процесу технологічного оновлення підприємств.

Актуальним завданням є обґрунтування науково-теоретичних та прикладних засад функціонування інноваційного розвитку вітчизняних фірм, визначення аспектів використання інноваційних технологій для збільшення конкурентоспроможності вітчизняного підприємництва в умовах інтернаціоналізації економіки та бізнесу. Представляє інтерес з'ясування місця та значення передових технологій в інтелектуальному капіталі сучасного підприємництва, дослідження впливу інноваційних технологій на конкурентоспроможність підприємства.

Метою роботи є розробка комплексного підходу до аналізу впливу інноваційних технологій та розробка схеми їх впровадження у діяльності підприємства, враховуючи природу глобалізаційних та трансформаційних процесів ХХІ століття.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Епоха масового виробництва супроводжувалася та забезпечувалася розширеним відтворенням напрацювань науково-технічного прогресу без врахування деструктивного впливу вивільненої енергетики технічного прогресу на екологію навколишнього середовища та екологію людини. Масове споживання супроводжувалося та забезпечувалося великомасштабним виробництвом. Напівпусті корпуси промислових підприємств на території українських міст, що потребують надмірних енергозатрат є пам'ятником та спадком індустріальної економіки. Сьогодні необхідно змінювати основи економіки країни та характеристики бізнесу відповідно до вимог нової епохи.

У період формування новітньої Української держави, а саме в 1990-х рр. в світовій економічній теорії з'явилося нове поняття – економіка знань («нова економіка», «інноваційна економіка»), в якій основними факторами зростання стають результати наукових досліджень, які знайшли своє відображення в передових наукомістких технологіях і типах продукції. Досвід свідчить, що знання стають ресурсом, що дозволяє підвищити ефективність інших факторів виробництва [2].

Постіндустріальна епоха запровадила запит на диверсифікацію та спеціалізацію виробництв та бізнесів. Інформаційна епоха, інформаційна економіка

© Черленяк Іван Іванович, д.н. з державного управління, завідувач кафедри міжнародного бізнесу, логістики та менеджменту, ДВНЗ „УжНУ”, тел.:+380503019642, e-mail: cherlenyakji@mail.ru
Дюгованець Олесь Михайлівна, к.е.н., доцент кафедри міжнародного бізнесу, логістики та менеджменту, ДВНЗ „УжНУ”, e-mail: lables@ukr.net

– сформувала потребу в унікальності змісту кожного виробу, кожного бізнесу на фоні глобалізації бізнес-структур та їх виробничих компонентів. Українські економічні агенти не зуміли за винятком, можливо, окремих випадків сформувати умови унікальності, своєрідності, винятковості бізнесів на основі нових технологічно-інноваційних факторів епохи інформаційної економіки. На жаль, не реалізується результативно ні програма копіювання зразків (китайський варіант), ні оболонкова корейська модель, ні чеський симбіотичний підхід.

Успіху в осучасненні бізнесу можна досягти лише на основі розуміння тенденцій випередження. Тенденції сучасної економіки свідчать про збільшення ринкової вартості саме тих підприємств, що використовують нові знання. Нові знання сьогодні можна розглядати як самостійну складову ресурсів тих підприємств, які використовують для свого розвитку інтелектуальний капітал підприємства.

Українська економіка є суміш різних економічних та технологічних укладів сьогодення. Основною компонентою цієї суміші є «індустріальна» економіка. Точніше, залишкові ресурси індустріальної економіки. Русійною концепцією індустріальної економіки є концепція розвитку факторів виробництва. Факторний підхід індустріальної економіки передбачає та потребує зростання вартості факторів виробництва як основної складової вартості бізнесу. Інформаційна економіка ж передбачає велике значення інтелектуального капіталу, передбачає нові способи оцінювання його вартості.

Перехід між цими станами є діалектично стрибкоподібним, змістовно складним. Відмінність технологічної складності традиційного та інноваційного «форм виробництва» складає зміст бар'єру складності. Цей бар'єр складності комплементарно зв'язаний із фінансовим бар'єром. Бар'єр складності можна подолати шляхом стрибка або способом тунелювання через бар'єр. Стрибок потребує залучення та концентрацію значних фінансових ресурсів для комплексної «закупки» новітніх технологій та «готових» передових фахівців, уже навчених із такою технологією працювати. Коштів для «стрибка» вистачить для зовсім невеликої кількості вітчизняних фірм.

Для тунелювання через бар'єр складності та поступове пересилання фінансового бар'єру вітчизняним фірмам насамперед потрібно мати власне представлення про затребувані кінцеві стани бізнесу фірми відповідні вимогам та умовам інформаційної економіки. Фірма повинна мати знання про ті свої майбутні змістовно нові функціональні стани, які повинна створити насамперед силами вирощених нею фахівців. Окреслимо у фокусі цих потреб основні вимоги-характеристики до технологічної ефективності та фінансової успішності фірми в сучасних умовах на основі аналізу матеріалу робіт [3-11]. Вважаємо, що доцільно виділити такі характеристики, компоненти та детермінанти функціонування бізнесу в умовах інформаційної економіки: 1) інтелектуальний капітал, 2)

організаційний капітал, 3) структурний капітал, 4) пучок компетенцій, 5) довіра до бренду та товарного знаку.

Для переходу від обтяжливих реалій індустріальної економіки до перспектив та можливостей інформаційної економіки вітчизняним компаніям основну увагу слід приділити формуванню інтелектуального капіталу фірми. Інтелектуальний капітал не є односкладною безструктурною категорією [3]. Структурні елементи інтелектуального капіталу визначаються та формуються наступним чином:

По-перше, *людський капітал* – сукупність знань, практичних навиків і творчих здібностей персоналу компанії, запропонована до виконання поточних задач. Сюди також відносять моральні цінності підприємства, культуру праці і загальний підхід до справи (організаційна культура компанії). Людський капітал приростає двома шляхами: 1) компанія може максимізувати об'єм знань своїх співробітників; 2) можна збільшити кількість співробітників, які володіють знаннями, здатними принести користь компанії.

За умов кваліфікованого менеджменту максимальна сума прибутку від інвестицій у людський капітал майже втричі перевищує прибуток від інвестування в матеріальні активи. Дослідження, присвячені залежності виробництва праці від освіти показало: за умов підвищення рівня освіти на 10% виробництво зростає на 8,6%. Під час такого ж збільшення акціонерного капіталу виробництво зростає на 3-4% [4].

По-друге, *структурний капітал* – те, що залишається в компанії після того, як «підуть» (зміняться) робітники. Структурний капітал, подібно людському капіталу, ефективний тільки в контексті стратегічних цілей компанії. Цінність структурного капіталу, як і капіталу взагалі, визначається не його наявністю, а ефективністю використання. Структурний капітал є проявом організаційних здатностей компанії відповідати на вимоги ринку, можливості їх використання знову і знову для створення нових цінностей.

Структурний капітал включає капітал клієнтів і організаційний капітал. *Капітал клієнтів* (споживчий капітал) складається із бази даних клієнтів, характеру зв'язків з ними і їх потенціалу. Це стосунки (відношення) компанії зі споживачами їхньої продукції чи послуг. Споживчий капітал компанії поширюється і на її постачальників.

Організаційний капітал – це систематизована і формалізована компетентність (здатність ефективно діяти в різних ситуаціях) компанії, системи, що підсилює її творчу ефективність, а також організаційні можливості, направлені на створення продукту і вартості. Організаційний капітал включає інноваційний капітал і капітал процесів. До *інноваційного капіталу* відносять захищені права інтелектуальної власності, інші нематеріальні активи і цінності, які забезпечують інноваційну здатність компанії. *Капітал процесів* включає системи організації виробництва, збуту, після продажне

обслуговування тощо, в процесі яких формується вартість продукту, тобто технологічні процеси. Ефективність і цінність інтелектуального капіталу та організаційного капіталу не

реалізується «автоматично» суто від того, що цю категорію починають використовувати на фірмі. Їх значущість може бути визначена тільки в контексті конкретної стратегії розвитку компанії, а за умов іншої стратегії існуючі інтелектуальні ресурси можуть бути мало дієвими. Інтелектуальний капітал не може функціонувати в статичності, тобто в режимі очікування. Він може проявлятися та відтворюватися насамперед в процесі самореалізації та росту.

Найбільш ефективно інтелектуальний капітал може розвиватись на основі цілеспрямованої діяльності зі створення нової продукції і організаційно-структурних заходів з освоєння нових ніш на товарних ринках. Розвиток залежить від того, наскільки цілеспрямовано, фокусовано та масштабно компанія зможе для цього організувати дослідження і розробки, сконцентрує необхідні інтелектуальні, матеріальні і фінансові ресурси.

Для будь-якого сучасного підприємства, яке працює в умовах невизначеності і ризику, стоїть проблема виживання під ударами новацій конкурентів, утримання ринкових позицій, забезпечення безперервного розвитку. Різні підприємства вирішують її різними способами, в залежності від масштабу своєї діяльності, умов і обставин, однак в основі вирішення проблеми стоїть діяльність зі створення та реалізації власних конкурентних переваг.

Для підприємств, які уже значний час працюють у високотехнологічних і високо конкурентних галузях, постійно актуальною є проблема створення нових джерел конкурентних переваг в мінливому зовнішньому оточенні, тобто проблема підтримки і підвищення конкурентоспроможності. Так саме конкурентне оточення заставляє розвиватися фірму, що вийшла із традиційної ніші, перейшла від факторної моделі до більш сучасного способу планування переваг. Проблемою трансформації якості для вітчизняних фірм уже є сама спроба проникнути на рівень вказаного конкурентного оточення, змінивши традиційні виробничі фактори на сучасні змішані моделі використання ресурсів.

Для такого переходу менеджменту та власникам фірм потрібно з метою якісного модифікування змісту діяльності вітчизняних фірм залучати нові підходи до управління фірмою. Таким новим результативним підходом, адекватним вітчизняним перехідним обставинам ми вважаємо ресурсний підхід. Цей підхід не заперечує концепцію факторів виробництва, але виявляє умови за яких інші складові бізнесу починають грати ведучу роль у формуванні успіху бізнесу. Відповідно до основної ідеї ресурсного підходу сучасне корпоративне підприємство має бути скомпоноване як організація, що безперервно адмініструє набір людських і фізичних ресурсів [5]. Згідно до основної ідеї ресурсного підходу для досягнення стійких

конкурентних переваг ресурси мають відповідати [6] таким чотирьом критеріям: 1) формувати цінності в системі клієнта; 2) бути оригінальними у порівнянні з конкурентами; 3) бути важко імітованими; 4) бути важко замінними. Два останні критерії особливо важливі для формування конкурентних переваг.

Ресурсний підхід пов'язує стійкість конкурентних переваг з трудностю імітації (наслідування) знань. В якості імітаційних бар'єрів виступають класифікація кадрів, унікальність знань, спеціальна інформація, об'єкти інтелектуальної власності, ступінь підготовленості споживача і виробника, канали комунікації. Основна частина цих бар'єрів прямо або непрямо пов'язана зі знаннями та їх розвитком. Є. Пенроуз підкреслює, що необхідно розглядати технологію і промислові дослідження, і розробки в якості одного з джерел нових можливостей для продуктивної диверсифікації.

Крім того, стійкість конкурентних переваг сучасного підприємства формується потребою та можливістю формування «в нього» неосяжних активів. Згідно до Міжнародних стандартів оцінки 2003 (МСО 20003), неосяжні активи являють собою інтереси, що відображені у нематеріальних об'єктах. До них насамперед відносять: навички менеджменту та маркетингу, кредитні рейтинги, гудвіл, юридичні права та визнані юридично привілеї (товарні знаки, авторські права, контракти, франшизи, патенти). Такі активи стають реальним джерелом конкурентоспроможності і ключовим фактором адаптації підприємства до зовнішніх умов з трьох причин: а) труднощі накопичення; б) можливості використання багатократно і паралельно; в) здатності виступати одночасно в ролі витрат і результатів господарської діяльності. Неосяжні активи містять компоненти, які ускладнюють їх імітацію або передачу. Вітчизняним менеджерам треба уявити, що неосяжні активи децю відрізняються від нематеріальних активів та почати їх цілеспрямоване формування.

Імітаційні бар'єри і неосяжні активи дуже схожі за природою свого відтворення, так як важливим компонентом тих чи інших є знання. Ліцензії і патенти базуються, наприклад, на знаннях розробника, бази даних можна віднести до категорії кодування знань, а персональні і організаційні мережі будуються і функціонують, перш за все, завдяки трансферу імпліцитних знань. Необхідність поширення передових технологій обумовлює проблему кодифікації знань, тобто переходу його з імпліцитної в експліцитну форму. У результаті кодифікації знання перетворюються на інформацію, яка може бути передана через інформаційну інфраструктуру. Це суперечність супроводжується «комерціалізацією» таємниць. Тому знання слід розглядати в якості оригінального, важко імітованого і важко замінного ресурсу, тому управління ними (тобто їх здобуванням та застосуванням) висувається сьогодні на центральне місце для вітчизняного бізнесу в конкурентній боротьбі.

Технології являють собою інформацію, специфічний вид знань. Тому їх роль в конкурентній

боротьбі дуже значна. Інноваційні технології повинні почати відігравати для вітчизняних фірм передову роль у вдосконаленні виробничого процесу, оновленні асортименту і номенклатури продукції, зниження собівартості продукції, введенні нових прогресивних принципів управління, тобто створюють нові конкурентні переваги. Як відмітив М.Портер, «технологічні зміни все більше розглядаються як ті, що володіють самостійною цінністю, і будь-яке технологічне нововведення, яке застосовує фірма, розглядається як позитивний фактор» [7, с.132].

При формуванні складових конкурентної переваги треба виходити із таких міркувань. Інноваційна технологія може впливати на конкурентне положення підприємств і галузей в кількох напрямках:

- і створювати, і долати бар'єри для входу нових підприємств на ринок, викликаючи ефект економії на масштабі і змінюючи, наприклад, вимоги до об'єму першочергового капіталу;
- змінювати договірні відносини з покупцями шляхом диференціації продуктів і послуг;
- створювати можливості для заміни устаткування;
- змінювати структуру витрат і межі традиційно усталених галузей.

Під час розробки стратегії підприємству важливо зосередитись на «тих технологіях, які можуть показувати найбільш стійкий вплив» [7, с.169] і відповідати наступним чотирьом вимогам: 1) зміна технологій сама по собі знижує витрати або викликає можливості диверсифікації, а фірма володіє стійким технологічним лідерством; 2) зміна технологій викликає зсув структури витрат на користь фірми або дає їй можливість виробництва унікальних продуктів; 3) похід до нових технологій викликає, окрім переваг від використання самих технологій, інноваційний додатковий ефект; 4) зміна технологій принципово міняє структуру галузі промисловості.

При формулюванні операційних та стратегічних цілей треба виходити із того, що правильно вибрані технології є основою успішної інноваційної діяльності і фактором довгострокової конкурентоспроможності, технологічні рішення повинні включатись у практику розробки стратегічних управлінських рішень. У цьому аспекті під технологією слід розуміти набір стратегічних ресурсів, які використовуються підприємством в поточній і майбутній інноваційній діяльності. Дії підприємства відносно його технологічних ресурсів можуть, таким чином, здійснювати суттєвий вплив на його інноваційну здатність створювати довгострокові конкурентні переваги в динамічному зовнішньому середовищі [8].

Для розуміння того, в чому саме полягає перевага, і для визначення напрямів удосконалення технологічного потенціалу підприємства необхідні дослідження з ряду напрямів [9]: 1) фактичний стан технологій, які використовує підприємство; 2) технологічні тенденції в галузі; 3) рівень розвитку технологій; 4) фактори успішної діяльності компанії.

Тільки та компанія, яка чітко розуміє фактичний стан і потенціал технології, може правильно визначити свою технологічну стратегію. Фірма повинна постійно моніторити тенденцію зміни технологій. Одночасно, фірма повинна оцінювати і ризики, пов'язані із застосування вибраної стратегії (можливий дефіцит сировини, несприятливий розвиток цін на енергію, жорсткі екологічні вимоги). Компанія повинна також знати, наскільки нова технологія пов'язана з поточним і майбутнім виробництвом в організаційному і кадровому планах. Необхідно проводити систематичний аналіз технологічних можливостей і їх реалізація шляхом ефективного управління технологією.

Підприємство, яке розробляє, купує і застосовує сучасні технології, зіштовхується з трьома основними проблемами. Для успішного функціонування йому необхідно:

- швидко освоювати нові технології;
- ефективно використовувати їх для виробництва товарів і надання послуг відповідно до потреб ринку;
- постійно оптимізувати застосування технології, матеріальних і трудових ресурсів.

Розробка, освоєння і використання нових технологій на підприємстві, як правило, вимагає суттєвих інвестицій. Ці інвестиції характеризуються довгостроковим характером і високою невизначеністю відносно майбутніх доходів. Оскільки підприємство повинно дотримуватись балансу між забезпечення довготривалої конкурентоспроможності і поточної ліквідності, під час інвестування у нові технології доцільно застосовувати портфельний підхід. Це означає, що повинен бути сформований портфель реальних інвестиційних проектів зі створення або придбання нових технологій.

Формування портфеля і управління ним охоплює прийняття наступних загальних рішень: визначення загальної мети портфеля, основаної на потребах володаря портфеля; визначення прийнятного ступеня ризику, якого приймають під час формування портфелю (будуть інвестиції агресивними чи консервативними); визначення прийнятної норми дохідності, яку передбачається отримати на інвестування в технології; вибір певних напрямів інвестування. Менеджменту фірм треба пам'ятати, що це постійно діючий процес, оскільки в міру появи нових можливостей менш привабливі проекти повинні забиратись із портфеля і замінюватись більш привабливими.

До основних проблем, пов'язаних із формуванням портфеля проектів і управління ними, у більшості організацій відносять [10]: зайва кількість одночасно виконуваних проектів, які часто дублюють один одного (особливо у великих організаціях з децентралізованими структурами управління); неправильний вибір проектів, у результаті чого реалізуються проекти, які не мають цінності для організації, не зміцнюючи її конкурентоспроможність; відсутність ув'язки виконуваних проектів з стратегічними цілями

організації; незбалансованість складу портфеля проектів.

Процедури управління портфелями технологічних інвестиційних проектів на підприємстві повинні забезпечити виконання наступних функцій:

1) встановлення життєздатного складу портфелів в проекті, який може забезпечити досягнення цілей організації;

2) забезпечення збалансування портфеля, тобто досягнення рівноваги між короткочасними і довгостроковими проектами, між ризиками проектів і їх дохідність тощо;

3) моніторинг процесів планування і реалізації проектів, відібраних у портфель;

4) аналіз ефективності портфеля проектів і пошук шляхів їх підвищення;

5) порівняння можливостей нових проектів між собою і відносно проектів, уже включених в портфель, з урахуванням ресурсів організації в частині виконання додаткових проектів;

6) надання інформації і рекомендацій керівникам всіх рівнів для прийняття ними управлінських рішень.

Таким чином, процедура формування портфеля проектів і управління ними повинна включати наступні етапи, представлені на рис. 1.

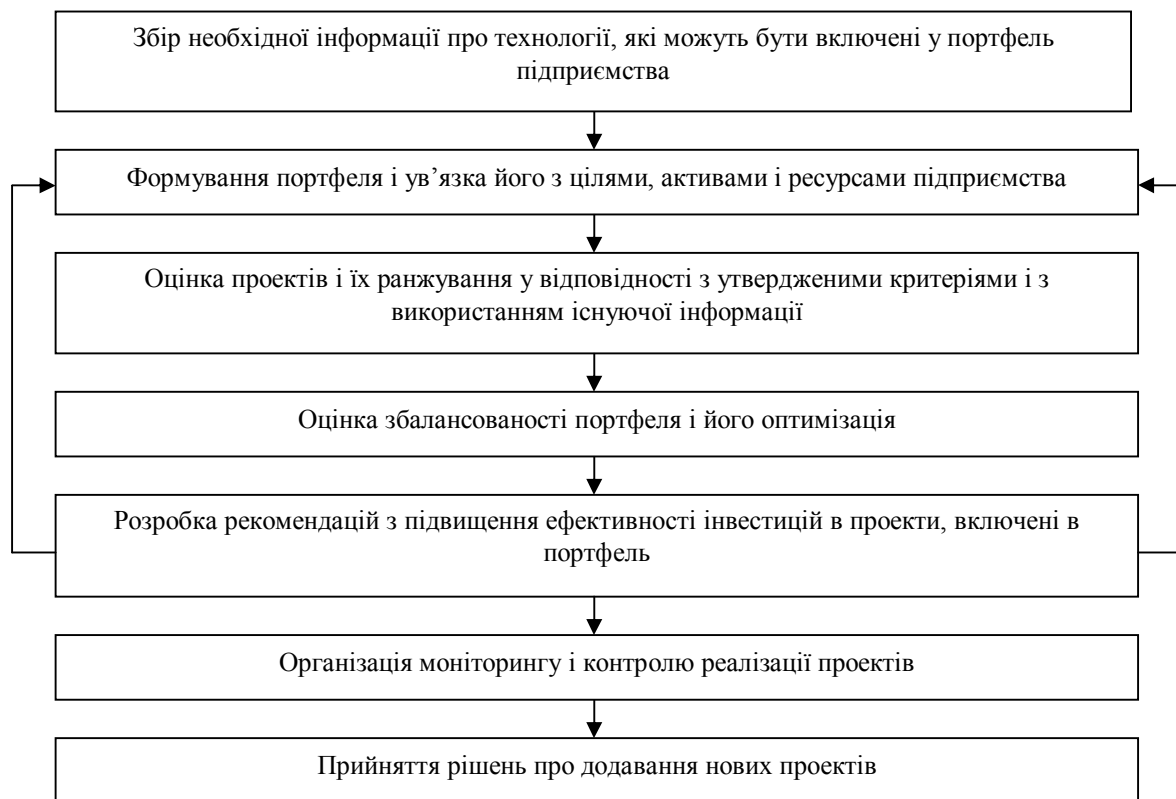


Рис. 1 Процедура управління портфелем технологічних проектів на підприємстві (в організації) (авторська розробка)

Сучасна конкуренція підприємств здійснюється в умовах зростаючої невизначеності «включення в дію» новачій технічного та технологічного характеру, більш коротких життєвих циклів продуктів і послуг, розподілених по всьому світі джерел знань, характерних для сучасної глобальної економіки. Для збереження конкурентоспроможності більшість підприємств змушені комбінувати внутрішні конструкторські та технологічні розробки з придбанням технологій у зовнішніх джерел. Це ще раз підкреслює потребу менеджменту фірм постійно проводити моніторинг тенденцій зміни технологій та застосування інновацій технологічного характеру.

Проблема створення технічних та технологічних новачій для вітчизняних фірм дуже складна. По перше, її розв'язання потребує відповідного рівня інтелектуального та організаційного розвитку фірми. По друге,

розв'язання передбачає потребу та можливість залучення вагомих фінансових ресурсів. По третє, виникає проблема випробовування новачій в малих масштабах та перенесення успішного досвіду на масштаби порядками більші як початковий випробувальний масштаб. Тут виникає простір для співробітництва крупних компаній з малими інноваційними підприємствами. Саме малі вітчизняні підприємства можуть стати як джерелами нових технологічних рішень, виступаючи як постачальниками технологій, так і розробляти і виводити на ринок інноваційні проекти крупної компанії. При цьому фінансування таких проектів можу здійснюватись на принципах корпоративного венчурного інвестування. Але для формування взаємодії малих підприємств венчурного типу із великими підприємствами потрібно формування нової організаційної культури і перших, і других. Нова

організаційна культура повинна базуватися на партнерстві, координації та конкуренції – як на інтересів. Також потрібна атмосфера суспільної та державної підтримки венчурного підприємства.

ВИСНОВКИ

Високий рівень конкуренції на сучасних ринках усіх видів вимагає якісної трансформації поведінки вітчизняних фірм. Наші фірми будуть здатні досягти відповідних до викликів ринку результатів лише за рахунок систематичного і цілеспрямованого використання інноваційних технологій і в малому, і в середньому, і у великому бізнесі. Зокрема, за рахунок застосування інноваційних технологій для реалізації тих нових ідей та можливостей, які відкриває глобальне середовище господарювання щодо виготовлення і впровадження нових видів товарів, нових виробничих і транспортних засобів, освоєння нових ринків і форм організації виробництва. Це у цілому передбачає новий менеджмент та особливий стиль ведення бізнесу, в основі якого – орієнтація на новітні технології, систематичну і цілеспрямовану інноваційну діяльність підприємства.

Менеджмент вітчизняних фірм повинен перейти від концепції переважного використання «традиційних» унікальних факторів виробництва до застосування концепції унікальних ресурсів бізнесу. При цьому фірми повинні або за рахунок кооперації, або за рахунок державної підтримки сконцентруватися на кількох перспективних для використання (застосування) уже діючих унікальних факторів задля формування унікальних комбінацій власних ресурсів та власних інноваційних можливостей. Малі та середні вітчизняні фірми за рахунок застосування інноваційних технологій повинні пристосовуватися до змінного ринкового попиту хоча б в масштабі ринкових ніш. Тільки намагаючись встигати за попитом у взаємодії із ведучими акторами великого бізнесу вони зможуть піднятися на вищий рівень свого розвитку і стати лідерами у певній сфері виробництва або забезпечувати рентабельну присутність в певній особливій ринковій ніші. За рахунок збільшення конкурентоспроможності своєї продукції вітчизняним фірмам усіх масштабів необхідно намагатися поступово вливатися в середовище активних учасників відповідних сегментів світового ринку високотехнологічних продуктів.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кузнецова Н.П. Формирование инновационного типа рпоста в энергоориентированной экономике / Н.П. Кузнецова, В.А. Зуев // Вестник СПбГУ. Серия 5, Выпуск №4. – 2011. – С.34-37.
2. Колесов В.П. Экономика знаний: новые тенденции и Россия // Вестник Московского университета. Сер. 5: Экономика. 2005. №3.
3. За даними компанії Skandia AFS [Електронний ресурс]. - Режим доступу: www.business-intelligence.co.uk/reports/knowledge
4. Стюарт Т. Богатство от ума/Т.Стюарт// Минск: Парадокс. - 1998.
5. Penrose E. The theory of the firm. Fourth edition. First published in 1959. Oxford: Oxford University Press, 2009.
6. Круг фон Г. Роль менеджмента знаний в достижении устойчивых конкурентных преимуществ / Г. Фон Круг, М. Венцин // Инновационный и технологический менеджмент. Темат. сб. ст. Вып.8. – М.: Главная редакция международного журнала «Проблемы теории и практики управления», - 2011.
7. Porter M.E. Competitive advantage: creating and sustaining superior performance: With a new introduction. N.Y.: free press. – 1998.
8. Teece D.J. Dynamic capabilities and strategic management / D.J. Teece, G.Pisano, A.Shuen // Strategic Management Journal. – 1997. - №18 (7).
9. Враккинг В.И. Повышение потенциала инновационного менеджмента // Проблемы теории и практики управления. -1991. - №3.
10. Кендалл И. Современные методы управления портфелями проектов и офис управления проектами / И. Кендалл, К. Роллинз // пер. с англ. – М.: ЗАО «ПМСОФТ». – 2011. - с.285.
11. Cesaroni F. Technology strategies in the knowledge economy: the licensing activity of Himont // International Journal of innovation Management. – 2012. Vol. 7 №2. - с.224.

Одержано 06.03.2014 р.