**Гейєр Геннадій Валерійович. Управління підприємством в умовах інноваційної конкуренції : Дис... д-ра наук: 08.00.04 – 2007**

|  |  |
| --- | --- |
|

|  |
| --- |
| **Гейєр Г.В. Управління підприємством в умовах інноваційної конкуренції. – Рукопис.**Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) – Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, Донецьк, 2007.У дисертації подано результати обґрунтування теоретико-методологічних і практичних підходів до формування системи управління підприємством в умовах інноваційної конкуренції. Виконано аналіз сутності інноваційної конкуренції та інноваційної конкурентоспроможності. Визначено основні детермінанти інноваційної конкурентоспроможності підприємства та обґрунтовано напрями удосконалення системи управління. Проаналізовано нормативно-правове забезпечення у сфері інноваційної діяльності та розроблено основні напрями його вдосконалення. Виконано оцінку інвестиційного забезпечення реалізації програм інноваційного розвитку й обґрунтовано доцільність використання єврооблігацій для фінансування інноваційних програм. Досліджено особливості розвитку міжнародного ринку єврооблігацій і проаналізовано специфіку випуску єврооблігацій підприємствами України. Обґрунтовано концептуальну модель організації випуску єврооблігацій. Розроблено теоретико-методологічні основи організаційного розвитку підприємства. Запропоновано механізм удосконалення системи управління організаційним розвитком підприємства та обґрунтовано концептуальні підходи до удосконалення системи управління брендом. |

 |
|

|  |
| --- |
| Проведене у дисертації теоретичне узагальнення та комплексний емпіричний аналіз послужили вихідною базою для вирішення низки важливих і актуальних проблем розвитку теоретико-методологічних основ підвищення результативності управління промисловими підприємствами в умовах інноваційного конкурентного середовища й дозволило сформулювати такі висновки науково-теоретичного, методологічного та практичного спрямування:1. У сучасних умовах посилення впливу НТП, формування економіки знань і становлення глобального інформаційного суспільства посилюється інноваційна конкуренція, суть якої полягає у суперництві між товаровиробниками за більш вигідні умови виробництва, реалізації товару та за вибір споживачів на основі реалізації різноманітних інновацій, які формують конкурентні переваги. В інноваційних сегментах ринку виникають специфічні випадки монопольного становища виробників («поза конкуренцією»), коли визначальним чинником конкурентних переваг є інтелектуальний капітал, а виробник на основі реалізації інновацій створює новий попит (ринок), визначає параметри цін і умови торгівлі протягом певного періоду часу.
2. Установлено особливості інноваційної конкуренції, серед яких головними є «агресивний» характер конкуренції, зростання значення суб’єктивних факторів, поява можливостей формування та управління попитом, зміна в онтології концентрації капіталу, виникнення нових стереотипів споживчої та мінової вартості товару, поява нового характеру економічних інститутів у ринковому середовищі, прискорення морального старіння продукції та засобів виробництва й ін. Ці особливості викликають формування сегрегації, декомпозиції, прецесії, нутації, преципітації та дистрибуції конкурентних переваг, визначення яких формує теоретико-методологічні основи їх оцінки.
3. Установлено детермінанти інноваційної конкурентоспроможності підприємства, які поєднують екзогенні чинники (НТП, світовий «банк знань» і ринок технологій, тенденції та специфіка глобалізації галузі й ринку, розвиток міжнародної торгівлі тощо), ендогенні чинники галузі та підприємства (інноваційна активність, сприйнятливість і мотивація до інновацій, «нова економіка», маркетинг та менеджмент, ефективність виробництва і забезпеченість ресурсами) і національної економіки (ефективність суміжних галузей, загальноекономічні передумови, попит і структура потреб споживачів) і знаходяться під впливом цивілізаційних факторів економічного розвитку.
4. Установлено найбільш важливі напрями удосконалення системи управління підприємством в умовах інноваційної конкуренції, серед яких формування інвестиційної підтримки інноваційної діяльності; організаційний розвиток підприємства; удосконалення підходів до управління брендом. Запропоновано варіативні моделі успішної поведінки підприємства в умовах інноваційної конкуренції: «випередження», «переслідування» та «прориву».
5. В умовах інноваційної конкуренції особливого значення набувають інституційно-правові чинники виробничо-господарської та інноваційної діяльності підприємств. Нормативно-правова база інноваційної діяльності в Україні недосконала, вимагає істотних змін і доповнень у таких сферах, як: кадрове і фінансове забезпечення науково-дослідної та інноваційної діяльності, захист прав інтелектуальної власності, правове забезпечення пільг і співробітництва в інноваційній сфері й ін. Запропоновано напрями вдосконалення нормативно-правової бази України, серед яких уточнення механізму визнання статусу інноваційного підприємства, збільшення терміну дії свідоцтва про державну реєстрацію інноваційного проекту; обґрунтована доцільність упровадження пільгових банківських ставок при кредитуванні інноваційних підприємств, спрощення порядку державної реєстрації інноваційних проектів.
6. Реалізація програм інноваційного розвитку передбачає використання різноманітних джерел інвестиційних ресурсів, у тому числі іноземних. Порівняння різних форм залучення ресурсів (єврооблігації, синдиковані кредити, експортне фінансування) за параметрами: термін, обсяг займу, ставка залучення, застава, додаткові вимоги, дозволило встановити переваги єврооблігацій, серед яких: низький рівень процентних ставок, виключення матеріальних застав, незначні вимоги до розкриття інформації та витрати на здійснення процедур займу.

7. Міжнародний ринок єврооблігацій розвивається стабільно, на частку наднаціональних інститутів припадає більше 10% сумарного обсягу емісії єврооблігацій. 80% – суверенні та корпоративні позичальники із розвинутих країн світу. Україна почала випуск єврооблігацій з 2002 р., на зовнішньому ринку представлені суверенні, муніципальні та корпоративні облігації. Збільшення кількості запозичень стримується вимогами щодо мінімального обсягу розміщення.8. Розроблено концептуальну модель здійснення єврооблігаційного проекту, яка включає процедури оцінки параметрів займу, визначення рейтингу, вибору фінансового консультанта, формування інформації про емітента і інвестиційного меморандуму, отримання лістингу, організації синдикату, первісного розміщення, виходу на вторинний ринок.9. В умовах інноваційної конкуренції особливе значення для досягнення стійких конкурентних переваг має формування системи організаційного розвитку підприємства, яка передбачає перманентне здійснення організаційних змін у сфері управління на підставі використання сукупності специфічних інструментів, націлених на підтримку довгострокової життєздатності виробничої системи та її ефективної адаптації до змін у навколишньому середовищі в умовах інноваційної конкуренції.10. Запропоновано підхід до удосконалення системи управління організаційним розвитком підприємства, який включає етапи діагностики зовнішнього середовища і стану ресурсів, оцінки проблем і потенціалу підприємства; визначення цілей і напрямів розвитку та критеріїв досягнення цільових завдань, формування концепції організаційного розвитку; розробки програми організаційних перетворень, формування механізмів із подолання опору персоналу; здійснення основних положень програми організаційного розвитку, моніторингу й оцінки результатів організаційних змін. Методологія запропонованого підходу базується на сукупності таких принципів управління: достатності досягнення цілей, адаптивності поведінки системи до вимог зовнішнього та внутрішнього середовища, стабільності, саморегулювання, взаємодоповнення елементів, і передбачає вплив на формальні та неформальні фактори розвитку, реалізацію специфічних методів і критеріїв прийняття рішень при його впровадженні.11. Управління підприємством в умовах інноваційної конкуренції передбачає постійний розвиток маркетингової стратегії, у тому числі стратегії розвитку брендів, що дозволяє підвищити цінність продукції та створити умови для розширення ринків збуту. Виявлення бар’єрів розвитку бренду дозволяє встановити функціональну залежність можливого рівня розвитку бренду, ураховуючи значущість усіх груп бар’єрів, існуючу платформу бренду та сформувати модель удосконалення системи бренд-менеджменту.12. Установлення особливостей брендингу, визначення впливу екзогенних факторів та гомогенізації потреб споживачів, дозволило обґрунтувати алгоритм робіт із формування, виведення на ринок та управління брендом, який включає шість етапів: позиціонування бренду; формування стратегії та розробка ідеї бренду; аналіз торгової марки та пошук імені бренду; тестування бренду; бренд- трекінг, і передбачає створення техніко-технологічного, організаційного, ресурсного, правового, інформаційного, інтелектуального, фінансового, соціального забезпечення процесів управління. |

 |