

ІННОВАЦІЇ ЯК ОСНОВА ЕКОНОМІЧНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Розглядається сутність економічної категорії “інновація” як основи економічної стратегії підприємства, основні фактори інноваційної діяльності підприємства, етапи інноваційного циклу та структура інноваційного потенціалу підприємства

Постановка проблеми. Головною умовою національної конкурентноспроможності є виробництво товарів і послуг, що відповідають вимогам світових ринків при одночасному підвищенні реальних доходів населення та забезпеченні зростання ефективності виробництва на основі використання нових технологій. Ключовими є інновації, які перетворилися в основний фактор конкурентоздатності в світі.

Метою дослідження є обґрунтування інновацій як основи економічної стратегії підприємства, яка базується на ефективному освоєнні нових товарів і послуг, підвищенні обсягів виробництва наукомісткої продукції. Тільки на основі інноваційної моделі економіки України може позиціювати себе у конкурентному середовищі глобалізованого світу XXI ст.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Але в Україні відбувається повільний перехід на інноваційну модель розвитку економіки. З кожним роком скорочується кількість інноваційне активних підприємств. У 2003 р. їх частка становила всього 12,7 %, тоді як у середині 90-х років була на рівні 18-20 %.

Великий внесок в розвиток класичних теоретичних уявлень про інноваційну діяльність внесли А. Сміт, Д. Рікардо, Дж. С. Міль, І. Шумпетер, А. Маршалл, М. Портер, Р. Нельсон, Дж. Робінсон, Є. Чемберлін та інші. Серед сучасних українських дослідників треба відзначити праці В. Александрової, Л. Антонюк, Ю. Бажала, А. Гальчинського, В. Гейця, М. Герасимчука, В. Семиноженка, О. Данилова, С. Захарівна, Т. Єфименка, О. Лапка, І. Лукінова та інших.

Термін “інновація” (лат. innovato-обновлення, поліпшення) є синонімом нововведення або новини. У світовій науковій літературі немає однозначного визначення цього поняття і сформувався декілька підходів до розуміння його сутності.

Аналіз визначень економічної категорії інновації дає підстави зробити висновок, що залежно від об’єкта і предмета дослідження інновації можна розглядати;

– як зміни (Й. Шумпетер, Ю. Яковець, Л.Л. Антонюк, А.М. Поручник, В.С. Савчук та інші);

– як процес (Д. Тідд, Д. Бессант, К. Павітт, Б. Твісс, вітчизняні економісти І. Школа, І. Буднікевич, О. Лапка та ін.);

– як результат (Х. Рігс, В. Хіпель, С. Покропивний).

Можна виділити два підходи до визначення інновацій вузький і широкий. Згідно з першим інновація ототожнюється з новою технікою, технологією, промисловим виробництвом. У широкому розумінні інновації розглядаються як прибуткове використання ідей, винаходів у вигляді нових продуктів, послуг, організаційно-технічних і соціально-економічних рішень виробничого, фінансового, комерційного характеру. Тобто ця категорія властива інтелектуальній та виробничій практиці людини і являє собою діяльність, у процесі якої:

– формуються явища і нові продукти, послуги, які комерціалізуються в господарську діяльність;

– удосконалюються вже створені людиною об’єкти матеріальної сфери;

– розробляються методи, засоби, форми організаційного, економічного, соціального та юридичного характеру.

На наш погляд, інновації – це результат інноваційної діяльності, реалізований у вигляді нових або вдосконалених продуктів чи послуг, впроваджених на ринку, а також техніко-технологічних, наукових, організаційних соціально-економічних нововведень, що використовуються в практичній діяльності.

Інновація – результат творчої та інвестиційної діяльності, направленої на розробку, виготовлення і поширення нових видів товарів, послуг технологій організаційних форм на рівні фірми. Метою інновації є підвищення конкурентоспроможності фірми, товару і послуг і підвищення за рахунок цього прибутку фірми.

Світовий досвід доказує, що ефективний і стійкий розвиток підприємств у різних сферах бізнесу досягається за рахунок оперативного використання у свої господарській діяльності відкриттів, винаходів та інших інновацій, забезпечуючи стратегічні конкурентні переваги на ринку. У сфері суспільно-економічних відносин і бізнесу інновації це:

– у самому широкому вигляді ідея, доведена до практичного застосування, забезпечуюча доход або соціально-корисний результат;

– винахід або відкриття нових можливостей для вирішення виробничих, економічних та інших проблем;

– об'єкт, впроваджений у виробництво в результаті наукового дослідження або відкриття, якісно відмінний від попереднього аналога;

– суспільно-техніко-економічний процес, який через практичне використання ідей і винаходів, приводить до створення кращих за своїми властивостями виробів, технологій і може приносити добавочний доход;

– цілеспрямований і організований пошук змін, систематичний аналіз їх як джерела соціальних і економічних змін;

– цілеспрямована діяльність, запланована і організована при високому ступені передбачуваності намічених і ймовірних результатів;

– нові дослідження і розробки, які мають прикладне значення, як форма прояву НТП;

– ноу-хау – незапатентовані і неопубліковані знання або досвід наукового, технічного, управлінського та іншого характеру.

Інновації виникають не лише тоді, коли в них з'являється потреба, джерелом інновацій можуть бути і нові знання. Частка перших, як свідчать дані, складає 75 % і лише у 25 % інновацій причиною появи є відкриття, що ведуть до прогресивних змін. [1, с. 11]. Вони істотно впливають на суспільство і виникають циклічно. Так Internet-портал MSN.com опублікував перелік десяти технологій, які найбільше вплинули на розвиток людської цивілізації за останні 50 років. До числа цих технологій увійшли Інтернет, гена інженерія, цифрова технологія створення й обробки зображень, персональний комп'ютер, космічні польоти, стільниковий телефонний зв'язок, ядерна енергетика, система електронних платежів, роботи і системи штучного інтелекту, а також трансплантація людських органів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Перехід світової економіки на нову ступінь науково-технічного розвитку вимагає посилення інноваційної активності і нового підходу до нововведень, поєднуючим знання і техніку з ринком. Саме інновації стають головною “діючою особою” теоретичних сценаріїв і практичної реалізації сучасної науково-технічної революції, децю відтіснивши інвестиції, пануючі багато років у якості головного фактору економічного зростання. Принципове підвищення ролі нововведень викликано в першу чергу зміною ринкової ситуації: характером конкуренції, переходом від звичної статичної до динамічної конкуренції. Ця обставина значною мірою обумовила особливості взаємодії інновацій і ринку на сучасному етапі.

Інновація як економічна категорія відображає найбільш загальні та істотні властивості, ознаки, зв'язки і відносини виробництва і реалізації нововведень. Призначення інновацій в економічній системі держави та її роль у господарському процесі відображають функції, до основних з яких відносяться: відтворювальна, інвестиційна і стимулююча.

Відтворювальна функція означає, що інновація являє собою важливе джерело фінансування розширеного відтворення. Грошова виручка, отримана від продажу інновації на ринку, створює підприємницький прибуток, який виступає джерелом фінансових ресурсів і одночасно мірою ефективності інноваційного процесу.

Підприємницький прибуток може направлятися на розширення обсягів виробничо-торгової, інвестиційної, інноваційної і фінансової діяльності. Прибуток, отриманий за рахунок реалізації інновації, може використовуватися по різних напрямках, у т.ч. і в якості капіталу, який являє собою гроші, призначені для отримання прибутку. Цей капітал може направлятися на фінансування як усіх інвестицій, так і конкретно нових видів інновацій. Таким чином, використання прибутку від інновації для інвестування складає зміст інвестиційної функції інновації.

Отримання підприємцем прибутку за рахунок реалізації інновації прямо відповідає цільовій функції будь-якого комерційного господарюючого суб'єкта. Це співпадати служить стимулом підприємця до нових інновацій; спонукає його постійно вивчати попит, удосконалювати організацію маркетингової діяльності, застосовувати більш сучасні прийоми управління фінансами. Все вище перераховане складає зміст стимулюючої функції інновації.

Рівень ризику, взаємозв'язаного з нововведеннями, залежить від:

– ступеня оригінальності і складності концепції, визначаючої сприйнятливості ринку і витрат переходу для використання (ринковий ризик);

– рівня технологічних інновацій, необхідного для імплементації концепції, тобто технічної здійсності нововведення (технологічний ризик);

– стратегічного ризику, залежного від ступеня новизни для самої фірми, тобто ступеня її знайомства з ринком і технологією.

Дослідження інноваційного розвитку економіки дало можливість виділити наступні ознаки інновацій: отримання нового прибутку. Так у розвинутих країнах частка нових чи вдосконалених технологій, продукції, обладнання, які містять нові знання чи рішення, становить від 70 до 85 % приросту валового внутрішнього продукту; інновації дозволяють долати депресію і започатковують економічне зростання на якісно новій основі; поява базових нововведень веде до виникнення нових підприємств, що супроводжується розвитком економіки; інновації мають тенденцію до утворення кластерів, оскільки спочатку деякі фірми, а потім більшість з них наслідують успішну інновацію.

У сучасних дослідженнях науково-технічного прогресу важливе місце посідає концепція нерівномірності інноваційної активності. Ці питання досліджувались у роботах західноєвропейських і американських вчених – Г. Менша, Д. Сахала, К. Фрімена та ін. [2, 3]. Вони досліджували стадійність розвитку нововведень та їх дифузії у галузевому і регіональних вимірах, тенденцію інновацій до утворення кластерів, які являють собою сукупність базисних інновацій, які сконцентровані на певному відрізку часу й економічному просторі.

Циклічність інноваційних процесів пояснюється в працях Д.Сахала [2, с. 82]. Поява лінійного підходу до визначення інноваційного процесу відноситься до 1950-го – середини 1960-х років і під ним розуміли модель, яка стимулюється технологіями. Це був простий лінійно-поступальний процес з акцентом на роль НДДКР і відношенням до ринку як до споживача результатів технологічної активності виробництва.

Перше покоління (див. рис. 1) інноваційного циклу можна проілюструвати наступною схемою:

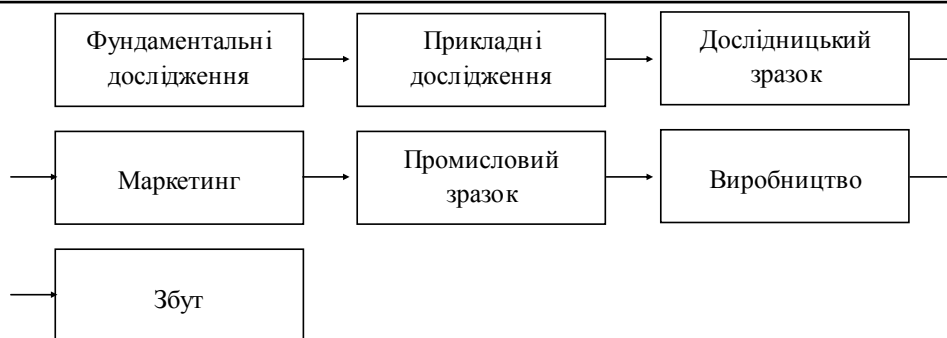


Рис. 1. Перше покоління інноваційного циклу

Друге покоління інноваційного циклу, за концепцією Росвелла, відноситься до кінця 1960-х – початку 1970-х років (рис.2). Це та ж лінійно-послідовна модель, але з упором на важливість ринку, на потреби якого реагує НДДКР.

характеризується як спряжена модель. Це в значній мірі комбінація першого і другого поколінь з акцентом на зв'язки технологічних спроможностей і можливостей з потребами ринку.

Третє покоління (рис. 3) включає період 1970-х – середина 1980-х років і

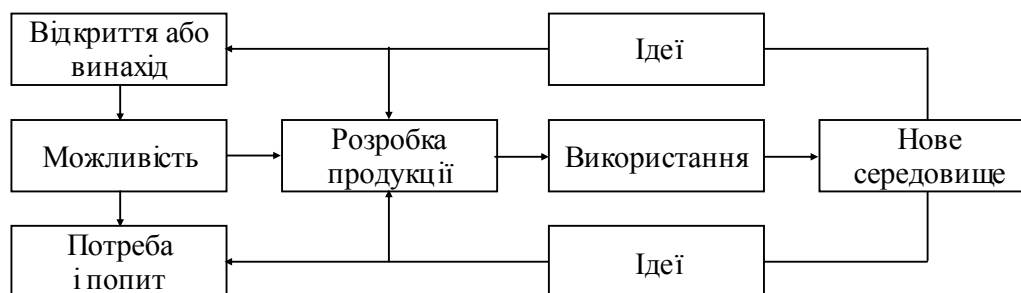


Рис. 2. Друге покоління інноваційного циклу

Четверте покоління інноваційного циклу (середина ролюв минулого століття по 80-х теперішній час це японська інтерактивна модель передового досвіду. Відзначається вона тим що акцентує увагу на паралельну

діяльність Інтегрованих груп, горизонтальні і вертикальні зв'язки. Одночасна робота над ідеєю декількох груп спеціалістів, діючих у декількох напрямках, прискорює вирішення задачі.

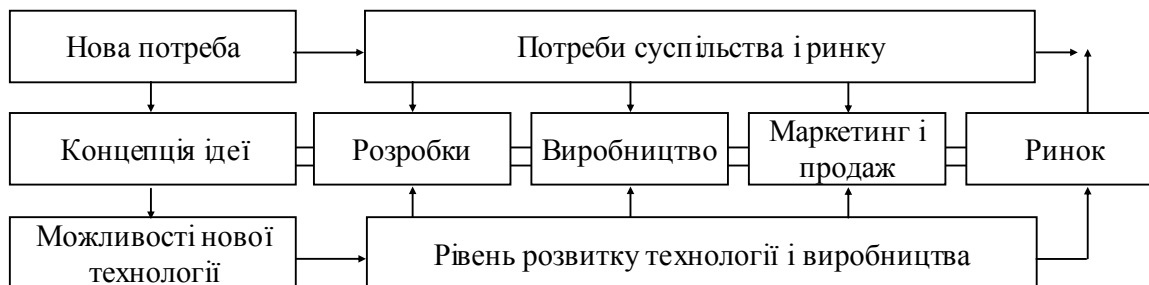


Рис. 3. Третє покоління інноваційного циклу

Наступне, п'яте покоління інноваційного процесу, яке намічається в майбутньому, – це модель стратегічних мереж. Вона відзначається тим, що до паралельного процесу додаються нові функції. Це процес ведення НДДКР з використанням систем обчислювальної техніки

та інформатики, за допомогою яких встановлюються стратегічні зв'язки.

Я.Ван Дейн висунув гіпотезу про те, що поява інновацій різних видів пов'язана з фазами соціально-економічного і науково-технічного розвитку, що подаються у вигляді

“довгої хвилі” [4, с. 19-20]. Він досліджував чотири фази розвитку нової галузі та дійшов таких висновків:

– на фазі впровадження існує велика кількість продуктивних інновацій, проте їх вибір проблематичний через недостатність інформації про майбутній платоспроможний попит;

– на фазі зростання характер попиту в основному визначився, і кількість продуктивних інновацій скорочується. А збільшення обсягів виробництва та продажу, дохідності стимулює технологічні інновації, які зменшують витрати виробництва;

– на фазі зрілості знижуються темпи випуску продукції, а інновації характеризуються окремими поліпшеннями даної технології;

– на фазі старіння продовжують знижуватись темпи випуску продукції та обсяги продажу, а насичення ринку зменшує трудомісткість технологічних інновацій.

Отже, згідно з дослідженнями вченого, протягом життєвого циклу галузі проходить поступове витіснення продуктивних інновацій технологічними. Ця концепція важлива саме на перехідному етапі економіки, коли є необхідність активного стимулювання інновацій.

Дослідники Е. Менсфілд, А. Ромео продовжували розглядати теорії життєвого циклу інновацій, які поширюються горизонтально – від поодиноких нововведень до повного насичення ними ринку. Вони припустили, що дифузія інновацій проходить інтенсивніше в наукомістких сферах, її комерціалізація залежить від кваліфікації менеджменту, розподілу фірм даної галузі за чисельністю працюючих, дохідності самої інновації.

Спільні праці вчених Г. Хамела (Великобританія) і К.К. Прахалада (США) присвячені інноваційним процесам, конкурентоспроможності фірм на глобальних ринках. Важливою умовою інтелектуального лідерства вони називають вміле використання “базових функціональностей продукту” і “ключових компетенцій”, під якими розуміють потенційні можливості розвитку та

нового використання продукту, а також знання, навички, кваліфікація персоналу, які допоможуть у разі втрати попиту на продукцію вийти на ринок з іншими нововведеннями. На думку вчених, XXI ст. є етапом революційних рішень і інновацій у бізнесі. Конкуренція – це вже не “продукт проти продукту”, “ефективність проти неефективності”, а “нелінійна інновація проти лінійної”. Стверджується, що “ера прогресу”, лінійного еволюційного розвитку і неперервних поетапних змін завершилась у XX ст. Переможуть ті фірми, що матимуть справу з новими видами бізнесу, можуть приймати нестандартні рішення, використовувати нелінійні інновації.

Тому в процесі розроблення інноваційної стратегії в Україні важливо враховувати основні положення цих відомих дослідників [4, с. 21]. Деякі інші поглядів дотримуються англійські дослідники Дж. Тідд, Дж. Бессант, К. Павітт, які вважають, що фірми мають учитися управляти одночасно:

– менеджментом традиційних інноваційних процесів на зразок “робити те, що ми вже робимо краще за інших”;

– упровадженням інновацій радикально нових поколінь.

Інновації сприяють посиленню конкурентоспроможності компаній, оскільки спостерігається сильна кореляція між ринковою діяльністю і новими продуктами. Продуктові і технологічні інновації допомагають завойовувати й утримувати частину ринку, збільшувати прибутковість на цих ринках.

Р. Кантер підкреслює, що “цифрова”, “електронна культура” посилює переваги та інноваційні можливості фірми, вносить елементи постійних змін у діяльність підприємства, активізує людський чинник, творчість персоналу [5].

Підприємства, здійснюючі інноваційну діяльність, зосереджуються на пошуку принципіально нових, ефективних технологій, проектуванні необхідних, але ще невідомих видів товарів, методів організації

виробництва, збуту товарів і т.д. Фактори інноваційної діяльності підприємства приведені на рис 4.

Однією з найважливіших умов успіху інновацій є наявність самого підприємця-новатора, що охоплений новою ідеєю і готовий докласти максимум зусиль, щоб утілити її у виробничу практику. Проте

успішність інноваційного процесу залежить від складної взаємодії багатьох інших чинників, які можна узагальнити так:

- інноваційний потенціал господарської системи;
- стан зовнішнього середовища;
- специфіка інноваційного процесу [4, с. 25].



Рис. 4. Фактори інноваційної діяльності підприємства

Інноваційний потенціал являє собою сукупність елементів, які необхідні для вирішення певних виробничих проблем, і готовність суб'єкта господарювання до їх вирішення. У більшості джерел інноваційний потенціал характеризується як множина переваг, перспектив і змін, які можуть бути реалізовані за повного задоволення потреб у даній інновації в оптимальні терміни.

Залежно від об'єкта, що досліджується розрізняють:

- інноваційний потенціал підприємства;
- інноваційний потенціал регіону;
- інноваційний потенціал галузі;
- інноваційний потенціал соціокультурної сфери.

Структура інноваційного потенціалу підприємства наведена на рис. 5

Висновки та перспективи подальших досліджень. Інноваційний потенціал галузі чи регіону відображає спроможність і готовність галузі (регіону) здійснювати ефективну інноваційну діяльність. Під спроможністю розуміють наявність і збалансованість структури потенціалу, а під готовністю – достатність рівня розвитку потенціалу і наявних, ресурсів для ефективної інноваційної діяльності.

У цілому потенціал інновацій характеризує можливість введення та появи

на її основі інших інновацій і їх поширення на нові сфери науково-практичної діяльності. А інноваційний потенціал соціокультурної сфери означає готовність кожного індивіда впроваджувати інновації у свою діяльність.

Інноваційний потенціал будь-якого суб'єкта господарювання залежить від специфіки та масштабів його діяльності, а рівень розвитку визначає реальні інноваційні можливості, сприятливість до нововведень та інноваційну активність.

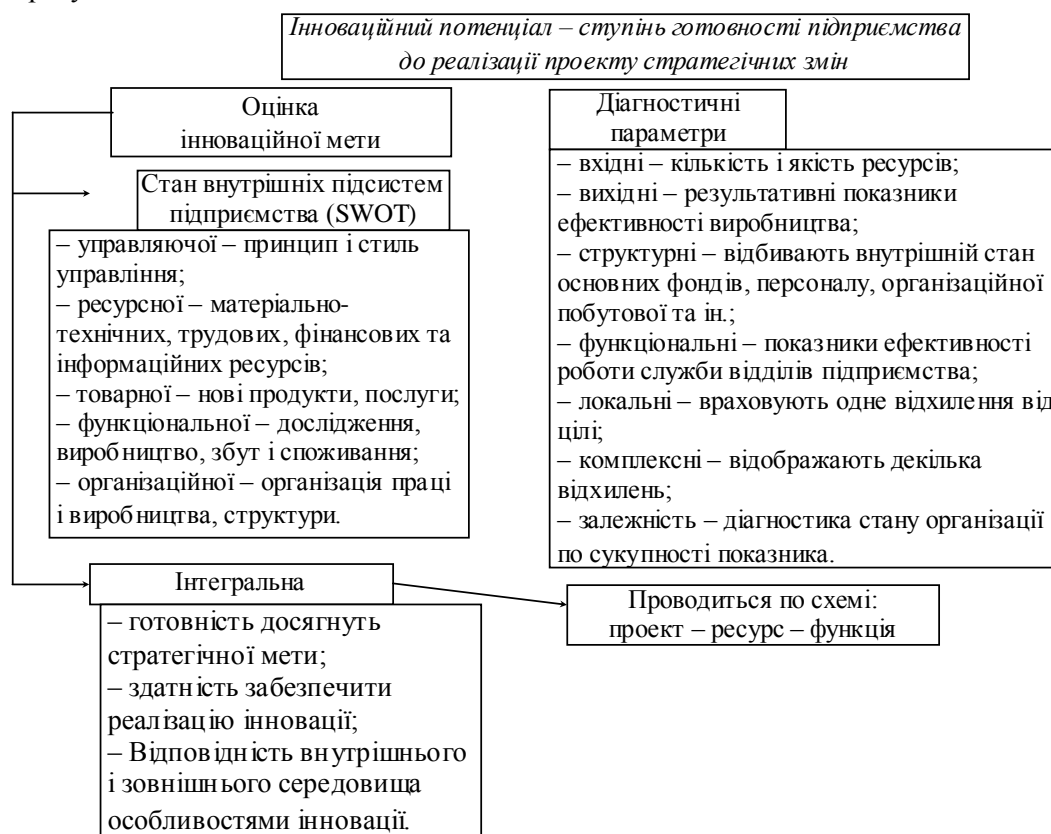


Рис. 5. Інноваційний потенціал підприємства

Література

1. Харів П.С. Інноваційна діяльність підприємств та економічна оцінка інноваційних процесів. – Тернопіль, 2003. – 326с.
2. Сахал Д. Технический прогрес: концепции, модели, оценки. – М., 1985.
3. Freeman C. The Economics of Industrial innovation. – London.
4. Антонюк Л.Л., Поручник А.М., Савчук В.С. Інновації: теорія, механізм розбудови та комерціалізації. – К.: КНЕУ, 2003. – 394с.

5. Kanter R. Innovation: Breakthrough thinking at 3M, DuPont, GE, Pfizer and Rubbermaid. – New York, 1997.

КУДИРКО О.М. – здобувач Національного університету харчових технологій

Наукові інтереси:
– інновації та інноваційна діяльність