

ОСНОВНІ ЕТАПИ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

У статті проведений аналіз інноваційної діяльності вітчизняних підприємств. Дослідженні проблеми інноваційного розвитку підприємств і особливості проходження цих процесів в умовах ринкової економіки. Розглянуті джерела фінансування інноваційних заходів. Визначені основні напрямки та етапи формування інноваційної стратегії підприємства.

The article is devoted to research of problems in innovation development of enterprises and peculiarities of these processes taking place under conditions of market economy. The article defines principal ways of creation of a conducive investment climate and investment politic.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Сучасний розвиток економічної системи будь-якої країни безпосередньо залежить від можливостей впровадження досягнень науково-технічного прогресу у виробництво. Інтеграція економіки України у світове ринкове товариство потребує постійного підвищення рівня матеріально-технічної бази підприємств, застосування інноваційних технологій та ініціювання виробництва нової продукції.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Дослідженням інноваційних процесів та їх впливу на розвиток підприємств приділяють увагу багато відомих вчених. До них відносяться: І. Ансофф, П. Друкер, Р. Солоу, І.Т. Балабанов, В.В. Власенко, В.Ф. Гриньов, В.М. Гриньова, С.М. Ілляшенко, В.Г. Мединський, В.В. Стадник та інші.

Невирішені раніше частини загальної проблеми. Разом з тим недостатньо розроблена проблема стратегічного планування та інвестиційного забезпечення інноваційної діяльності. Реалізація масштабних інноваційних заходів потребує значних грошових коштів. Тому набуває особливого значення процес визначення основних стратегічних напрямків інноваційних процесів та джерел інвестування.

Мета статті. Метою даної роботи є аналіз інноваційного розвитку вітчизняних підприємств, дослідження джерел інвестування інноваційних процесів та визначення основних етапів формування інноваційної стратегії підприємства.

Виклад основного матеріалу. Стрімкий розвиток науково-технічного прогресу, що відбувається на світовому ринку, має свій особливий вплив на сутність усіх економічних процесів на промисловому підприємстві. Перехід української економіки до ринкових умов функціонування супроводжується зростаючим науково-технічним і технологічним відставанням від індустріально розвинених країн, але вітчизняний народногосподарський комплекс має для розвитку достатній науковий і технічний потенціал. Один із основних недоліків у розвитку інноваційної сфери підприємств полягає у відсутності ефективної методики управління зазначеними процесами, що відповідала б національним особливостям та забезпечувала ефективний розвиток інноваційного потенціалу підприємства [1, с.7].

Дослідження інноваційної діяльності вітчизняних підприємств протягом останніх років показує зниження інноваційної активності за основними напрямками (таблиця 1 [2, с.337]).

Таблиця 1

Кількість промислових підприємств, що впроваджували інновації

Інноваційні заходи	2003 рік	2004 рік	2005 рік	Темп приросту 2005 до 2003, у %
Всього, у тому числі:	1120	958	810	-27,68
Проводили комплексну механізацію і автоматизацію виробництва	315	356	323	-2,54
Впроваджували нові технологічні процеси	476	473	402	-15,55
Освоювали виробництво нових видів продукції	917	742	630	-31,30

Аналіз таблиці показує значне зменшення кількості підприємств, які впроваджували інноваційні заходи за розглянутий період – на 27,68 % в 2005 році у порівнянні з 2003 роком. Такі ж тенденції показує і аналіз інноваційних заходів за напрямками: зменшення кількості підприємств, що проводили комплексну механізацію і автоматизацію становить 2,54 %; впроваджували нові технологічні процеси – 15,55 %; освоювали виробництво нових видів продукції – відповідно 31,30 % у порівнянні з рівнем 2003 року.

Перехід підприємств до нових умов господарювання, функціонування у ринковому середовищі вимагає застосування сучасних інструментів управління виробничими процесами. Важлива роль у формуванні напрямків розвитку підприємств належить стратегічному плануванню. Розробка інноваційної стратегії підприємства дозволить своєчасно реагувати на зміни економічних зовнішніх умов, знаходити місце підприємства у нестабільному ринковому середовищі.

Інноваційна стратегія – стратегія, націлена на передбачення глобальних змін в економічній ситуації та пошукові масштабних рішень, спрямованих на зміцнення ринкових позицій і стабільний розвиток підприємства [3, с.150].

Інноваційна стратегія, як один із функціональних напрямків стратегічного планування спрямована на підвищення технічного рівня виробництва, застосування найновіших засобів виробництва та на покращення якості продукції. Формуючи стратегію, необхідно враховувати можливість впливу різноманітних факторів, що сприяють інноваційному розвитку виробництва.

До них належать: орієнтація науково-технічних заходів на ринкові потреби; наявність у підприємства науково-технічного потенціалу; створення ефективної системи відбору та оцінки проектів; ефективне управління проектами та контроль; розвиток джерел творчих ідей.

Відповідно до можливостей окремого підприємства, галузевих особливостей, рівня конкурентної боротьби підприємство може обрати ту чи іншу інноваційну стратегію. В економічній літературі виділяють такі види інноваційних стратегій: наступальну, захисну та імітаційну.

Вибір інноваційної стратегії - складне завдання і його вирішення залежить від ряду причин, серед яких не останнє місце належить рівню науково-технічного розвитку країни, можливості користуватись світовими інформаційними каналами, ринковій конкуренції.

У самому загальному вигляді процес формування інноваційної стратегії складається із трьох етапів. На першому етапі визначається загальна концепція стратегії і в цих рамках різні варіанти. І.Ансофф відмічає, що "процес починається не з визначення в якій галузі працює фірма, а з анатомічного розбору галузей та видів діяльності..."[4, с.130]. Тобто, перший етап полягає у визначенні та розподіленні напрямків та галузей діяльності, в яких підприємство має ті чи інші можливості.

Для визначення загальної концепції стратегічного розвитку необхідно враховувати вплив як зовнішніх, так і внутрішніх факторів, що дозволить підприємству завжди вчасно реагувати на ринкові зміни і мобільно перебудовувати виробництво. Діяльність підприємства регулюється перед усім законодавчими актами, державною політикою, соціальними і політичними факторами, Чинне законодавство, правові та нормативні акти мають великий вплив і можуть як сприяти, так і гальмувати розвиток підприємств.

Добре обгрунтовані стратегічні напрямки підприємства націлені на забезпечення можливостей росту. Можливості підприємства та загрози зовнішнього середовища є основними факторами, які безпосередньо впливають на стратегію.

Стратегію необхідно будувати таким чином, щоб мати можливість реалізувати якомога більше можливостей, особливо тих, які пов'язані із стабільними конкурентними перевагами і прибутковістю підприємств. Стратегія повинна бути також спрямована на захист підприємства від зовнішніх загроз сьогодні і у майбутньому.

На другому етапі відбувається визначення перспектив підприємства у кожному з напрямків діяльності, оцінка їх конкурентоспроможності, короткострокові і довгострокові перспективи росту обсягів продукції.

Для визначення перспектив підприємства у тому чи іншому напрямку діяльності застосовуються різноманітні матриці, побудовані з врахуванням параметрів підприємства і його місця в зовнішньому середовищі: матриця Бостонської консультативної групи, матриця Джeneral Електрик, матриця життєвого циклу продукції. Застосування цих матриць має свої переваги і недоліки. Пропонується при плануванні інноваційної стратегії використовувати усі три матриці, оскільки це дозволить всебічно розглянути і оцінити можливості розвитку підприємства у перспективі.

На третьому етапі відбувається вибір інноваційної стратегії підприємства для всіх напрямків діяльності, формування портфелю проектів науково-технічних заходів. Стратегічне планування є дещо новим інструментом управління виробництвом. Підприємства, хоча і використовують стихійно ту чи іншу стратегію розвитку, все ж не мають чітко сформованої методики та потрібного досвіду

На третьому етапі в процесі остаточного формування стратегічних напрямків і портфелю проектів, доцільно використовувати ефективні евристичні методи, такі як метод "мозгової атаки", метод морфологічного аналізу, метод "картотеки ідей" та ін. Названі методи ґрунтуються на використанні професійного досвіду та інтуїції спеціалістів, їх використання призводить до нестандартного вирішення існуючих науково-технічних проблем.

Важливе значення набуває також оцінка ефективності інноваційних проектів. Аналіз функціонування вітчизняних підприємств показує, що на заводі ефективної

інноваційної діяльності дуже часто встає відсутність власних інвестиційних коштів необхідних для впровадження інновацій (таблиця 2 [2, с.336].).

Таблиця 2

Розподіл обсягу фінансування інноваційних робіт за джерелами фінансування, %

Джерела фінансування	2003 рік	2004 рік	2005 рік
Всього, у тому числі за рахунок	100,0	100,0	100,0
Держбюджету	29,8	34,1	33,2
Власних коштів	6,4	6,5	6,5
Коштів замовників:			
Вітчизняних	36,7	34,7	32,6
Іноземних держав	24,3	21,4	24,4
Інших джерел	2,8	3,3	3,3

Аналіз таблиці показує, що найбільшу питому вагу серед усіх інвестиційних коштів мають такі види джерел: кошти вітчизняних замовників, держбюджету та кошти замовників іноземних держав. Власні кошти протягом розглянутого періоду становлять від 6,4 до 6,5 % у загальному обсязі фінансування інноваційних робіт.

Доцільність залучення кредитів, як власне і доцільність інвестування коштів показує комплексний розрахунок ефективності інноваційних заходів. До складу показників, що використовуються в сучасному аналізі економічної ефективності інвестиційних проектів входять: чистий приведений прибуток, індекс прибутковості, період окупності.

Чистий приведений прибуток (ЧПП) - різниця між приведеними до справжньої вартості (шляхом дисконтування) сумою грошового потоку (прибуток і амортизаційні відрахування) за період експлуатації інвестиційного проекту (ПГП) і сумою коштів, що інвестуються в проект протягом усього періоду його реалізації (П).

$$\text{ЧПП} = \text{ПГП} - \text{П};$$

$$\text{ПГП} = \sum_{t=1}^T (\text{ГП } t \times \frac{1}{(1+E)^t});$$

$$\text{П} = \sum_{t=1}^T (I t \times \frac{1}{(1+E)^t});$$

де: T - період реалізації (життєвий цикл) інвестиційного проекту; E - ставки дисконтування (приведення до справжньої вартості), виражена десятиричним дробом. У вказаних розрахунках як ставку дисконтування можна використати рівень середньої процентної ставки по депозитним внескам; ГП t - величина грошового потоку в t - му році реалізації проекту; It - величина коштів, що інвестуються на t - му році реалізації проекту.

$$\frac{1}{(1 + E)^t} \text{ - коефіцієнт дисконтування.}$$

Інвестиційний проект, по якому показник чистого приведенного прибутку є негативною величиною або рівний нулю, повинен бути відхилений, оскільки він не принесе інвестору прибуток на вкладений капітал.

Дисконтований індекс прибутковості:

$$\text{ДІП} = \frac{\text{ПГП}}{\text{П}}$$

До реалізації можуть бути прийняті інвестиційні проекти тільки зі значенням індексу прибутковості вище за одиницю.

Дисконтований період окупності:

$$\text{ДПО} = \frac{T}{\text{ДІП}},$$

де ДПО - дисконтований період окупності інвестицій; П - сума інвестиційних коштів, що направляються на реалізацію проекту (приведена до справжньої вартості);

Висновки даного дослідження і перспективи подальших розробок у даному напрямі. Дослідження інноваційної діяльності вітчизняних підприємств в динаміці останніх років показує тенденції до зменшення інноваційної активності, скорочення заходів спрямованих на застосування нових технологій та впровадження нової продукції.

Інноваційний розвиток економіки України неможливий без залучення сучасних інструментів стратегічного управління діяльністю підприємств. Формування інноваційної стратегії дозволить підприємствам більш виважено планувати інноваційні заходи з урахуванням сильних та слабких сторін підприємства, впливу зовнішніх та внутрішніх чинників діяльності підприємства.

Література

1. Гриньова В.М., Власенко В.В. Організаційні проблеми інноваційної діяльності на підприємствах. – Х.: ВД “ІНЖЕК”, 2005. – 200 с.
2. Статистичний щорічник України за 2005 рік. – Київ.: Консультант, 2006. – 664 с.
3. Йохна М.А., Стадник В.В. Економіка і організація інноваційної діяльності: Навчальний посібник. – К.: Видавничий центр “Академія”, 2005. – 400 с.
4. Ансофф И. Стратегическое управление. – М.: Экономика, 1989. – 520 с.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

П.І.П.: Семенова Валентина Григорівна

Місце роботи: Доцент кафедри економіки підприємства Одеського державного економічного університету

Адреса: 65078, м. Одеса, вул.Гайдара 74-б, кв.59.

Телефон (службовий): 723-84-03

Телефон (домашній): 761-01-53

ВИТЯГ

з протоколу № 10 засідання кафедри економіки
підприємства від 19 березня 2007 року.

Присутні: всі члени кафедри

СЛУХАЛИ: Про рекомендацію до друку у науковому збірнику "Вісник соціально-економічних досліджень" статтю доцента Семенової В.Г. "Основні етапи формування інноваційної стратегії підприємства".

ВИСТУПИЛИ:

Доцент Єгупов Ю.А. Враховуючи актуальність і практичне значення основних положень, висновків та рекомендацій, наведених у статті Семенової В.Г., вважаю, що її можна рекомендувати до друку у науковому збірнику.

Доцент Танасюк І.М. У статті Семенової В.Г. розглянуті стратегічні аспекти розвитку інноваційних процесів, що безумовно є актуальним напрямом розвитку вітчизняних підприємств. Вважаю, що статтю можна рекомендувати до друку у науковому збірнику.

УХВАЛИЛИ: Стаття доцента Семенової В.Г., "Основні етапи формування інноваційної стратегії підприємства" актуальна, має практичне значення, відповідає вимогам ВАК і рекомендується до друку у науковому збірнику.

Завідуючий кафедрою
економіки підприємства
д.е.н., професор

Осипов В.І.

Секретар

Плетницька З.І.