

Інноваційна стратегія на шляху підвищення конкурентоздатності підприємства

Початок нового століття проходить в Україні під гаслом пошуку нових можливостей активізації та підвищення конкурентоздатності підприємств. Вітчизняні науковці та практики виявляють неабиякий інтерес до проблематики управління процесами переходу економіки на інноваційний розвиток. Причинами для цього слугує позитивний досвід західних країн. Так, країни, що активно застосовують цю політику, отримують до 80-85 відсотків приросту ВВП за рахунок інноваційних чинників. Досліджуючи досвід американських фахівців, можна констатувати, що майже 50 відсотків підприємств, які є лідерами у своїх галузях за обсягом прибутку і зростання обсягів реалізації, зобов'язані своїми успіхами розробці і виведенню на ринок нових товарів, орієнтованих на більш повне задоволення потреб споживачів, у той час як у підприємств-аутсайдерів лише 11 відсотків обсягів реалізації припадає на нові товари. Діяльність українських підприємств, що постійно впроваджують інновації, висвітлює аналогічну ситуацію. У більш ніж 90 відсотків подібних підприємств спостерігається приріст обсягів збуту і розширення частки ринкової присутності. Але, на жаль, кількість таких підприємств загалом по Україні дозволяє стверджувати, що ситуація з впровадженням інновацій в нашій державі далека від оптимістичної. Як свідчить аналіз показників останніх років, значно знизився технологічний і технічний рівень інноваційних розробок, результатом чого стало зменшення використання у виробництві промислової продукції патентів. Практично не відзначається вплив науки і науково-технічних розробок на підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств і це незважаючи на значний науково-технічний потенціал нашої країни. Адже за кількістю

наукових співробітників та інженерів, що працюють у галузі НДР і ДКР, на кожен мільйон мешканців Україна посідає перше місце у світі, істотно випереджаючи Японію і США [1]. Серед розвинутих країн, таких як Польща і Німеччина, частка наукомісткої продукції у світовому обсязі становить відповідно 1 та 10 відсотків, тоді як для України цей показник не перевищує 0,1 відсотка.

В цих умовах орієнтація на інноваційний розвиток може стати єдиним прийнятним виходом для вітчизняних підприємств, який дозволить забезпечити значне укріплення конкурентної позиції нашої країни на світовому ринку та її інтеграцію на рівних до світового співтовариства.

Проблеми економічного зростання та впливу інноваційних змін постійно турбували наукову спільноту, про що свідчить аналіз теорій економічного розвитку наведений у таблиці 1 (див. нижче).

Формування та подальший розвиток представлених теорій часто пов'язують з появою філософського поняття діалектики, теорії динаміки у фізиці, на основі яких були визначені економічні цикли, встановлено вплив факторів виробництва на темпи економічного зростання. Ці теорії і сьогодні постійно вдосконалюються, доповнюються і коректуються. Їх розвиток та аналіз став передумовою створення інноваційних теорій розвитку економіки німецьких вчених Г.Менша, А.Кляйнкнехта, англійців К.Фрідмена, Д.Кларка, Л.Суїте та інших [2].

Відомий австрійський економіст Й.Шумпетер вперше ввів в економічну науку розмежування між економічним ростом та економічним розвитком. Різницю між цими двома поняттями він пояснював такими словами: „Поставте в ряд декілька поштових карет, скільки побажаєте – залізниці у вас при цьому не вийде.” Шумпетер під економічним ростом розумів збільшення виробництва та споживання одних й тих самих товарів та послуг (в даному випадку поштових карет) з часом. Економічний розвиток, за його словами, представляє собою перш за все появу чогось нового, невідомого раніше (наприклад, залізниці), або інакше кажучи - інновацій.

Еволюція теорій процесу економічного розвитку

Автори	Період	Основні положення теорії
Ж.-Б.Сей	друга половина XIX ст.	Виділення в якості факторів, що створюють їх власникам особливий вид доходу (прибуток, земельну ренту та заробітну платню робітників), капіталу, землі та праці
А.Маршал	початок XX ст.	Виділення поряд із зазначеними факторами четвертого елементу – підприємницької здатності як діяльності власника підприємства з організації виробництва, яка приносить йому дохід
К.Менгер	перша чверть XX ст.	Надання прогресу знання про найефективніше використання факторів виробництва або ресурсів найважливішого першочергового значення
Й.Шумпетер	XX ст.	Виділення 2-х основних позицій ефективного розвитку економіки: <ol style="list-style-type: none"> 1) конкуренцію, засновану на інноваціях яка призводить до „творчого руйнування” галузей і ринків; 2) творчість людини, підприємця-новатора, здатного втілити нові ідеї в ефективні економічні рішення
Ф.Хайек	XX ст.	Проведення аналізу специфічних особливостей економічного розвитку: <ol style="list-style-type: none"> 1) невизначеність; 2) обмеженість інформації; 3) недосконалість знань
Р.А.Фатхутдінов	XX ст.	Визнання таких структурних джерел економічного розвитку як: <ol style="list-style-type: none"> 1) розвиток на основі факторів виробництва; 2) розвиток на основі інвестицій; 3) розвиток на основі інноваційної діяльності

Проблема даного дослідження обумовлена необхідністю формування нових методів управління підприємством за рахунок інноваційних чинників.

Основним завданням дослідження є визначення ролі інноваційної стратегії підприємства як основного засобу підвищення ефективності його діяльності та формування конкурентних переваг в сучасних умовах.

Згідно з концепцією Шумпетера, інновація може представляти собою:

1. Створення нового товару, з яким споживачі ще не знайомі, або нової якості товару.
2. Створення нового методу виробництва, ще не випробуваного в даній галузі промисловості, який абсолютно не обов'язково заснований на новому науковому відкритті або може полягати в новій формі комерційного обігу товару.
3. Відкриття нового ринку, на якому дана галузь промисловості в даній країні ще не представляла свій товар або послугу, не залежно від того, чи існував цей ринок раніше.
4. Відкриття нового джерела чинників виробництва, не залежно від того, чи існувало це джерело раніше або його довелося створити.
5. Створення нової організації галузі, наприклад, досягнення монополії або ліквідація монопольної позиції.

Інноваційний розвиток представляє собою процес впровадження перспективних нововведень, реалізація яких має сприяти підвищенню конкурентоздатності підприємства. Інновація – новий підхід до конструювання, виробництва, збуту товарів, завдяки якому підприємство-інноватор здобуває можливості формувати конкурентні переваги.

Інноваційний розвиток визначають як процес господарювання, що спирається на безупинний пошук і використання нових засобів і сфер реалізації потенціалу підприємства у мінливих умовах зовнішнього середовища у рамках обраної місії та прийнятої мотивації діяльності.

Ефективне впровадження інноваційних процесів потребує чітко розробленої системи стратегічного інноваційного менеджменту, орієнтовану

на побудову та подальше вдосконалення конкурентних переваг на основі використання інноваційних чинників.

Процес стратегічного управління інноваційним розвитком необхідно розглядати з позицій конкретного підприємства в залежності від виду його діяльності у конкретних економічних, політичних, правових та інших умовах.

Становлення підприємства на шлях інноваційного розвитку потребує від нього дотримання в процесі функціонування наступних принципів:

1. Самоорганізації, як самостійного забезпечення підтримання умов функціонування, тобто самопідтримки обміну ресурсами між елементами виробничо-збутової системи підприємства, а також між підприємством і зовнішнім середовищем.
2. Саморегуляції, як корегування системи управління виробничо-збутовою діяльністю підприємства відповідно до змін умов функціонування.
3. Саморозвитку, як самостійного забезпечення умов тривалого виживання і розвитку підприємства (відповідно до його місії і прийнятої мотивації діяльності).
4. Адаптивності, як прагнення до підтримання певного балансу зовнішніх і внутрішніх можливостей розвитку (внутрішніх спонукальних мотивів діяльності підприємства і зовнішніх, що генеруються ринковим середовищем).
5. Динамічності, як активного приведення у відповідність цілей і спонукальних мотивів діяльності підприємства (у тому числі його власників, менеджерів, фахівців, працівників).

За цими принципами має функціонувати і система стратегічного управління інноваційним розвитком підприємства. Інновації в поєднанні з професійним менеджментом у сучасній світовій економіці стають основою поліпшення конкурентоспроможності продукції, засобів і механізмів управління технологічними, економічними, соціальними процесами.

Управління інноваційними процесами насамперед передбачає вибір певної інноваційної стратегії, яка повинна забезпечувати довгостроковий розвиток підприємства в умовах жорсткої конкуренції. Для того щоб забезпечити високі показники діяльності підприємства та створити сприятливі умови для його подальшого розвитку, інноваційна стратегія повинна враховувати наступні особливості [3]:

1. Специфіку методів ринкових досліджень, що передують розробці інновацій.
2. Збільшення глибини прогнозування майбутнього розвитку подій як результату інноваційної діяльності.
3. Різке збільшення обсягів інформації, що опрацьовуються, безупинне її накопичення й аналіз з метою обґрунтованого прийняття управлінських рішень, своєчасного реагування на можливості і загрози, що з'являються на ринку.
4. Багатоваріантний характер прогнозів, оскільки, як правило, розвиток подій може відбуватися по кількох можливих напрямках, імовірності яких різні.
5. Оцінку здатності підприємства сприймати інновації (аналіз інноваційного потенціалу).
6. Детальний аналіз чинників ризику й оцінка ступеня їхнього впливу.
7. Ретельний добір методів і джерел фінансування інновацій, включаючи детальний аналіз альтернативних варіантів.
8. Тісне узгодження цілей, етапів і термінів реалізації стратегії з прогнозованими параметрами стадії життєвого циклу нововведення.
9. Висока мобільність і адаптивність стратегії, можливість її оперативної відповідної переорієнтації відповідно до зміни умов зовнішнього і внутрішнього середовища.
10. Необхідність оцінки інноваційної стратегії за комплексом різних критеріїв (багатокритеріальна оцінка стратегій).

Урахування зазначених особливостей дозволяє підвищити ефективність розробки інноваційної стратегії підприємства, сформувавши моделі його інноваційного розвитку, ефективно управляти інноваційними процесами на рівні окремих підприємств.

Реалізація інноваційної стратегії потребує створення відповідної системи управління, гнучкої та здатної найефективніше використовувати кваліфікаційний потенціал персоналу підприємства, швидко перебудовуватись і жорстко контролювати терміни виконання та якість робіт. При цьому треба враховувати, що інноваційна стратегія підприємства повинна визначатися обсягом і характером наявних ресурсів, а також ринковими позиціями та загальногосподарською структурою. Формування інноваційної стратегії здійснюється під впливом таких чинників як прискорення прогресу в інноваціях та у наукових дослідженнях і технологіях. Вирішальне значення також при цьому має коливання та зміна попиту на товари та послуги [4].

Таким чином, кількість та складність факторів, що визначають інноваційний розвиток підприємства ставлять стратегічний менеджмент інноваційних процесів на першочергове місце. Інноваційна стратегія сьогодні є не тільки можливим варіантом конкурентної поведінки підприємства в ринковому середовищі, вона стає вирішальним елементом стратегічного управління його розвитком та визначає його конкурентоспроможність на довгострокову перспективу.

В якості перспектив подальших розробок в даному напрямку можна вважати аналіз інноваційних стратегій та формування структури інноваційного потенціалу підприємства.

Література

1. Ілляшенко С. М. Менеджмент та маркетинг інновацій : монографія / С. М. Ілляшенко. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2004. – 616 с.
2. Федулова Л. І. Інноваційна економіка: підручник / Л. І. Федулова. – К. : Либідь, 2006. – 408 с.
3. Ілляшенко С. М. Управління інноваційним розвитком: проблеми, концепції, методи : навчальний посібник / С. М. Ілляшенко. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2003. – 276 с.
4. Ступак С. М. Інноваційна стратегія на шляху підвищення конкурентоздатності підприємства / С. М. Ступак // Науковий вісник. Одеський державний економічний університет. Всеукраїнська асоціація молодих науковців. – Науки : економіка, політологія, історія. – Одеса : ОДЕУ, 2007. – № 3 (40). – С. 77-83.

Резюме

Проблеми економічного зростання та вплив інноваційних чинників на процес функціонування підприємства сьогодні набуває найважливішого значення. Використання інноваційної стратегії в якості основного засобу підвищення ефективності діяльності підприємства дозволяє формувати гнучку систему управління його функціонуванням та активно впливати на підвищення його конкурентоспроможності.