

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК: ДОВГОСТРОКОВА ПЕРСПЕКТИВА

У статті порівняно основні шляхи створення підприємствами конкурентних переваг. Проаналізовано стилі управління при кожному з напрямків розвитку. Розглянуто інноваційний тип розвитку, як основу довгострокової конкурентоспроможності підприємств. Запропоновано можливі способи подолання перешкод на шляху інноваційного розвитку.

The article compared the main ways companies create competitive advantages. Management styles in each direction of development are analyzed. An innovative type of development as the basis of the long-term competitiveness is considered. The possible ways to overcome the obstacles in the way of innovation are proposed.

Постановка проблеми у загальному вигляді. В умовах наростаючої конкурентної боротьби за ринки збуту промислової продукції і падаючого попиту створення конкурентоспроможної продукції є одним із пріоритетних завдань менеджменту сучасного промислового підприємства. Його розв'язання дозволить здійснити не тільки розширення обсягів випущеної продукції та покращення її якості, а й зберігати стійкість бізнесу в умовах постійного конкурентного тиску, тобто вирішувати ключові бізнес-завдання. Причому це важливо зробити не стільки в короткостроковій перспективі, скільки закласти фундамент цілісності та економічного зростання на довгостроковий термін.

Основою довгострокової конкурентоспроможності підприємства є продукт (послуга чи робота), що постійно оновлюється, який не просто удосконалюється відповідно до тенденцій на міжнародному ринку товарів і послуг, а привносить свій певний внесок у формування цих самих тенденцій. Це можливо здійснити в умовах, коли вже створений товар знаходиться на передовому рубежі науково-технічного прогресу, входить до групи лідерів у своїй галузі, або якщо підприємство придбало чи розробило передову технологію виробництва товарів і послуг. Все це можемо спостерігати на мікроекономічному рівні.

Виникає питання, як можна досягти росту і розвитку при найменших витратах і максимальній віддачі на вкладений капітал.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Дослідження теоретичних та практичних аспектів, пов'язаних з інноваціями, інноваційною діяльністю, отримали значного розвитку завдяки науковим доробкам зарубіжних та вітчизняних вчених. Серед них: Л. І. Федулова, О. І. Волков, М. П. Денисенко, А. П. Гречан, П. Г. Перерва, О. Е. Кузьмін, М. І. Зверяков, Б. В. Буркинський, А. І. Ковальов, А. І. Яковлев, М. Портер, Ю. Окатов, В. Цветков та інші.

Однак, як показує проведений огляд досліджень і публікацій, присвячених інноваційному розвитку промислових підприємств України, окремі питання інноваційного розвитку вимагають більш глибокого дослідження.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Усі розуміють потребу українських підприємств у інноваціях. Проте стратегію розвитку України не можна назвати інноваційною. Тому все ще залишається відкритим питання визначення проблем інноваційного розвитку та пошуку шляхів їх вирішення.

Постановка завдання. Метою статті є обґрунтування необхідності переходу вітчизняних підприємств на інноваційний шлях розвитку, як основу їхньої довгострокової конкурентоспроможності.

Виклад основного матеріалу дослідження. У ринковій економіці (якщо виключити природні переваги) існує два основних напрямки, або два стійких шляхи, створення підприємствами конкурентних переваг, необхідних для отримання економічного прибутку. Причому ці два шляхи у відомих межах виключають один одного і несумісні між собою. Вони представлені у табл. 1.

Таблиця 1

Шляхи створення конкурентних переваг

Шляхи розвитку	Сутність	Стиль управління	Тип розвитку	Отримання економічних вигод, конкурентні переваги
Рентний	Привласнюється рента (дохід, який перевищує внесок власника і належних йому факторів виробництва у створення суспільного продукту)	Адміністрування	Стратегія орієнтована на кількісне зростання	У короткостроковій перспективі
Інноваційний	Створення підприємцем технологічних та організаційних переваг перед іншими виробниками	Лідерство	Інноваційний тип розвитку	У довгостроковій перспективі

Перше, чим часто керуються підприємці, вони намагаються поєднати ринки виробництва і ринки збуту продукції. Яскравим прикладом цього є роздрібні мережі, які є саме передавальною ланкою між виробником і споживачем. Загалом, це теж в певному сенсі високотехнологічний бізнес, від ефективності роботи якого в деякій мірі залежить ціна продукції для покупців. Цей бізнес є значно менш ризикованим, відповідно, і менш маржинальним [1, с.133].

Розглянутий шлях розвитку можна назвати рентним. Суть його полягає в тому, що джерелом економічного прибутку є заниження, в порівнянні з ринком вільної конкуренції, цін на одиницю витрат виробництва, завищення цін на кінцеву продукцію (однакової порівняно з конкурентами якості), відмова нести всю суму соціальних витрат (заниження податкових та інших витрат з прибутку), з якими пов'язане виробництво. У цьому випадку власник привласнює ренту, тобто дохід, який перевищує внесок власника і належних йому факторів виробництва у створення суспільного продукту [2, с.8].

Другий варіант – це почати виробляти якісно нову продукцію (послугу, роботу), тобто інноваційний шлях розвитку. Підприємство отримує економічний прибуток, оскільки має меншу величину фізичних витрат виробництва (тобто меншу величину витрат ресурсів) на одиницю продукції в порівнянні з іншими виробниками в галузі, або ж виробляє продукт з такими характеристиками, що відсутні у продуктів, вироблених конкурентами. У цьому випадку джерелом економічного прибутку є монополія новатора, оскільки інші учасники ринкової гри не володіють даними конкурентними перевагами.

Зазначений шлях має у своїй основі створення підприємцем технологічних та організаційних переваг перед іншими виробниками. Тут існує значно більше ризиків, значно вищою є маржа, щоправда, гарантії отримання якої в рази менші, ніж у першому прикладі. Тому цим напрямком підприємці цікавляться в останню чергу. До того ж розвиток за цим варіантом вимагає спеціальних знань, а в ряді випадків і інвестиційних вкладень. Тут вищою

є конкуренція, жорсткішою боротьба за ринки збуту готової продукції, потрібна постійна робота над створенням нових продуктів або удосконаленням тих, що вже випускаються. Необхідно інакше налаштовувати бізнес-процеси, та використовувати принципово іншу бізнес-модель [1, с.133]. Цей варіант передбачає більш-менш широкі часові горизонти господарського планування, оскільки часто може дати віддачу лише в довгостроковій перспективі (наприклад, інвестиції у фундаментальні дослідження).

У першому випадку підприємство орієнтується на максимальну ефективність «купівлі-продажу». Цим, звичайно ж, хтось на ринку займатися повинен, в іншому випадку не буде працювати ринковий механізм ціноутворення і товарообігу всередині країни. Вкрай важливим видається постійний рух продовольчих товарів по території країни. Це потрібно робити максимально ефективно. У другому випадку промислове підприємство створює, а потім виробляє новий продукт «на свій страх і ризик» і намагається продати його споживачам, наприклад, через роздрібні мережі та великі оптові компанії. Якщо виробники неправильно оцінили попит, то вони надзвичайно швидко можуть закритися. У зворотному випадку, можуть отримати затребуваний на ринку продукт з високою маржею.

До якісних параметрів, можна віднести стиль управління і тип розвитку. У першому випадку буде переважати адміністрування і стратегія, орієнтована на кількісне зростання (прагнення заробити за рахунок обсягу проданих товарів), у другому випадку – лідерство та інноваційний тип розвитку.

За інноваційного типу розвитку підприємства переважає лідерство як тип управління і досягається висока додана вартість продукції, що випускається. За стратегії підприємства, що орієнтована на кількісне зростання, переважає адміністрування, при низькій доданій вартості проданих товарів [1, с.134].

Причина того, що у вітчизняних керівників переважає адміністративний стиль управління (порівняно з колегами із західних компаній), може критися і в сучасному етапі розвитку ринку. Відсутність чесної конкуренції, необхідність адміністративного ресурсу для успіху в бізнесі, сфокусованість на отриманні результатів у короткостроковій перспективі, відсутність загально визнаних уявлень про регулярний менеджмент та бізнес-етику, все це зумовило розуміння ролі ефективного керівника, в першу чергу як особи, що домагається результатів у складних умовах, успішно вирішує проблеми, організує процеси і розподіляє ресурси. Стиль управління, що орієнтований на людей і передбачає сконцентрованість на мотивації і розвитку підлеглих, спільному виробленні рішень, готовності враховувати думки інших, вважається «слабким».

Перехід на інноваційний тип розвитку промислового підприємства в Україні є складним процесом, пов'язаним із світоглядним переломом поглядів на бізнес і управління людьми, переходом від адміністративного типу управління за схемою «начальник-підлеглий» до лідерства за схемою «лідер (член команди) – член команди».

Проте необхідність переходу від адміністрування до лідерства очевидна, на що вказує досвід більшості корпорацій, до успіху яких привів не адміністратор, а лідер. Як відомо, лідер зрощує навколо себе лідерів, а адміністратор у кращому випадку адміністраторів. Тому, перехід на інноваційний тип розвитку підприємства в умовах ринкової економіки пов'язаний з переходом від адміністративного типу управління до лідерства [3, с.143–144].

Звертає на себе увагу той факт, що в першому випадку ми маємо справу з виробленим продуктом, у другому випадку – з проданим товаром. Виходить, що створення і виробництво інноваційної продукції виступає більш високоприбутковим бізнесом, у відносних величинах, ніж торгівля.

У результаті аналізу двох варіантів розвитку підприємства, виникає ще один аспект, це – вплив інноваційного розвитку на стратегічне положення підприємства в довгостроковій перспективі. Коли йдеться про інноваційний розвиток, передбачається така система виробництва і управління підприємством, коли всі бізнес-процеси орієнтовані на вдосконалення і самовдосконалення, поліпшення та створення якісно нового інноваційного продукту.

Цей процес вдосконалення є постійним, тобто основою стратегічного ринкового лідерства підприємства на сучасному рівні розвитку ринкових відносин є постійний інноваційний розвиток підприємства.

Таким чином, стратегічне ринкове лідерство промислового підприємства є результатом ефективної інноваційної діяльності, ефективного створення інноваційного продукту. Можна говорити про те, що інноваційна діяльність підприємства приводить до лідерства, і навпаки, відсутність інноваційної діяльності призводить підприємство в аутсайтери, зумовлює його ринкове становище.

Тепер розглянемо макроекономічний розріз. Чим більше підприємств у соціально-економічній системі виробляють інноваційні продукти, тим вищою є в ринковій системі конкретної країни конкуренція, тим більш конкурентоздатна на світовому ринку продукція даної країни. Відповідно, якщо країна планує перейти на інноваційний тип розвитку, її державна економічна політика повинна бути спрямована на створення умов та стимулювання створення підприємствами інноваційних продуктів [1, с.136].

Якщо розглядати ситуацію з точки зору кваліфікації зайнятих в економіці, то простежується наступний взаємозв'язок. Чим більше в соціально-економічній системі підприємств, орієнтованих на створення інновацій, тим більше в країні людей, що відносяться до креативного класу. Тим більше, на думку професора Р. Флоріди, людей, які поділяють їхні цінності: індивідуальність, самовираження, мерітократія, різноманітність і відкритість [4, с.27]. Багато в чому саме з цим класом пов'язане майбутнє постіндустріального суспільства, що народжується в Україні.

Майбутнє пов'язують з формуванням у країні протягом першої чверті цього століття суспільства інформаційно-індустріального типу. В якості технологічної основи такого укладу виступають інформаційні та інноваційні технології, а в якості відтворювальних особливостей – перетворення людського капіталу в головний фактор розвитку [5, с.137]. Машини, основні фонди, капітал без людського потенціалу, його інтелекту, здатності до праці, без його задіяної системи інтересів, віддачі не дадуть. Цим відрізняється виробничий і продуктивний потенціали [6, с.49].

Великою перешкодою для інноваційного розвитку України також є відсутність механізму заохочення іноземних інвестицій. Деякі західні компанії навіть згортають інвестиційну активність в країні саме через відсутність оформлених «правил гри», які б дозволяли планувати віддачу на вкладений капітал у довгостроковій перспективі.

Необхідною умовою відновлення інвестиційної активності, на думку вітчизняних вчених, є подолання «парадоксу достатку», характерного для сировинних економік. Термін «парадокс достатку» (paradox of plenty, resource curse) застосовується для опису феномену хронічної неуспішності реформ, здійснюваних в країнах, багатих на природні ресурси, що живуть переважно за рахунок експлуатації надр. Суть парадоксу полягає в тому, що країна, «обтяжена» ресурсами, не може добитися їх ефективного використання всередині національної економіки не стільки в силу їх «надмірності», скільки з причини наявності більш легкого способу вилучення ренти – налагодження експортних потоків. У таких країнах потоки інвестицій традиційно спрямовуються на розширення масштабів видобутку сировини і створення інфраструктури для її транспортування за кордон в якості експортного товару. Наслідком даного збігу обставин є уповільнення економічного зростання, встановлення хронічно несприятливого інвестиційного клімату та консервація інститутів, якість яких не дозволяє розраховувати на модернізацію економіки і подолання сформованої негативної ситуації в довгостроковій перспективі.

До числа факторів підвищення конкурентоспроможності промислових галузей можуть бути віднесені такі:

- модернізація інфраструктурної бази обробляючої промисловості;
- стимулювання інноваційної активності, насамперед науково-технічного партнерства з зарубіжними компаніями в сфері високих технологій;
- приплив іноземних інвестицій;

- стабільне зростання продуктивності праці в цілому по економіці;
- стабільне зростання обсягу експортних потоків у поєднанні зі зміною структури експорту на користь продукції обробних виробництв [7, с.45–46].

Проблема зміни ставлення підприємств до інновацій – це, перш за все, проблема зміни існуючого господарського порядку і його інститутів. Не можна просто декларувати інноваційну модель. Не можна також обмежитися і розвитком наукової інфраструктури. Необхідно змінити структуру стимулів, змінити мотивації. Для цього необхідно удосконалити інститути, що обмежують і направляють економічну поведінку.

Проте проведення ефективної державної економічної політики, націленої на створення ефективного ринкового порядку, передбачає наявність відповідної мотивації у державних агентів, представників законодавчої і виконавчої влади. Відсутність такої мотивації представляє собою не менш серйозну перешкоду і обмеження для створення інноваційної економіки, ніж відсутність мотивації власника [2, с.16].

Висновки і перспективи подальших розробок. Можна говорити про те, що чим більш конкурентним є середовище, тим вищою є потреба в інноваційному розвитку підприємства і вищою потреба в розвитку лідерства, як переважаючого типу управління на усіх рівнях підприємства. Інноваційна стратегія розвитку підприємства обов'язково повинна носити постійний характер. Тільки безперервне вдосконалення технологій роботи, виробництва, якості продукції, що випускається, бізнес-процесів, співробітників, які працюють на даному підприємстві, здатне привести підприємство до сталого розвитку та економічного процвітання. При цьому воно зможе досягти стабільного фінансового становища, зайняти певне місце на ринку за якістю продукції, що випускається, надаваних послуг і робіт. Таким чином, інноваційна політика стає реальним інструментом управління підприємством, яке орієнтоване на зростання в довгостроковій перспективі, готове впроваджувати інновації та управляти ризиками, пов'язаними з інноваційними проектами, інструментом його переходу на інноваційний тип розвитку.

Список використаної літератури

1. Окатов Ю. Инновационное развитие промышленного предприятия как основа стратегического рыночного лидерства / Ю. Окатов // Вестник института экономики РАН. – 2011. – № 4. – С. 131–139.
2. Дементьев В. В. Почему Украина не инновационная держава: институциональный анализ / В. В. Дементьев, В. П. Вишневский // Научные труды ДонНТУ. Серия: экономика. – 2009. – Вып. 36-1. – С. 5–16.
3. Окатов Ю. Инновационный тип развития современного промышленного предприятия / Ю. Окатов // Вестник института экономики РАН. – 2012. – № 1. – С. 138–145.
4. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее: [пер. с англ.] / Р. Флорида. – М.: Классика-XXI. – 2005. – 421 с.
5. Гринберг Р. С. Воспроизводственный вектор России. К теории структурного поворота: [монографія] / Р. С. Гринберг [и др.]. – М.: ИЭ РАН, 2010. – 338 с.
6. Иванченко В. От модернизации производства к инновационному производству / В. Иванченко // Вестник института экономики РАН. – 2011. – № 4. – С. 48–68.
7. Цветков В. Проблемы и перспективы развития российской экономики в посткризисный период: макроэкономический аспект / В. Цветков, А. Большаков // Вестник института экономики РАН. – 2011. – № 4. – С. 32–47.

Прийнято до друку 27.06.2013