

ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВ У КНИГОВИДАВНИЧІЙ ГАЛУЗІ: ПОНЯТТЯ, СТРУКТУРА, СКЛАДОВІ

С. І. МИКЛУШКА

(Українська академія друкарства)

Анотація. У статті узагальнено теоретичні підходи до розуміння сутності інноваційного потенціалу та розкриття змісту поняття «інноваційний потенціал поліграфічного підприємства», виокремлено та охарактеризовано його складові.

Ключові слова: інноваційний потенціал, книговидавнича галузь, підприємство, структура, складові.

Наразі поліграфічні підприємства функціонують в умовах високого рівня конкуренції, адже зростання масштабів використання споживачами мультимедійних засобів передавання інформації, породжує боротьбу за першість в освоєнні інноваційних технологій. У такому середовищі підвищення результативності використання та оптимізація потенціалу поліграфічного підприємства є важливим завданням, а ефективне управління ним є єдиним засобом для отримання стійких конкурентних переваг. А для цього потрібно чітко розуміти, що таке інноваційний потенціал поліграфічного підприємства і які складові становлять його структуру.

Наразі не існує єдності серед сучасних авторів щодо тлумачення терміна «інноваційний потенціал». Дослідження інноваційного потенціалу відображається у працях дуже багатьох зарубіжних і вітчизняних учених-економістів, таких як І. В. Новікова, Є. П. Мазур, О. А. Гиренко-Кацуба, П. М. Завлін, Л. С. Мартюшева, С. М. Ілляшенко, Н. В. Краснокутська, В. А. Верба, Р. А. Фатхутдінов, О. І. Митякова, Є. В. Лапін, В. Г. Федоренко, В. О. Калишенко, Л. І. Федулова, А. В. Гриньов, В. А. Калишенко, В. І. Балабанова та ін. А такі науковці, як М. А. Любанова, С. А. Бескоровайна, Д. Ю. Комкова, К. Е. Андрєєва, Л. Є. Довгань, Р. В. Марушкова, Є. В. Маргуліна, займалися вивченням цих питань у поліграфічній сфері. Але попри велику кількість

наукових напрацювань залишаються дискусійними питання означення самого поняття «інноваційний потенціал поліграфічного підприємства» та виокремлення його складових.

Метою статті є узагальнення теоретичних підходів до розуміння сутності інноваційного потенціалу та розкриття змісту поняття «інноваційний потенціал поліграфічного підприємства», виокремлення та характеристика складових останнього.

У широкому розумінні поняття «потенціал» (лат. «potencia» – сила) – це засоби, запаси, джерела, що є в наявності й можуть бути використані, задіяні для досягнення певної мети, виконання плану, розв'язання завдань, можливості якої-небудь соціальної системи у певній області [1, с. 106].

Сучасна економіка запозичила термін «потенціал» із фізики, де він означає кількість енергії, яку накопичила система і яку спроможна реалізувати в роботі. Потенціал – це прихована можливість використання виробничої сили ресурсу, він міститься у самому наявному ресурсі. Визначення промислового потенціалу підприємства можна сформулювати як сукупність засобів і предметів праці, робітників, їхніх навичок, мотивів і стимулів, виробничих відносин, що склалася за багато років і перебуває у системній єдності. Існуючі трактування поняття «інноваційний потенціал» в економічній літературі є дуже неоднозначними, а подекуди і суперечливими.

Наприклад, у деяких наукових джерелах зустрічається ототожнення науково-технічного та інноваційного потенціалу. Тобто він трактується як накопичена певна кількість інформації про результати науково-технічних робіт, винаходів, проектно-конструкторських розробок, зразків нової техніки та продукції [2] або трактується як система факторів і умов, необхідних для здійснення інноваційного процесу [3]. Таке трактування, на нашу думку, фактично співставляє його з поняттям «ресурси».

З економічної точки зору, інноваційний потенціал – це характеристика потоку нововведень, рівня технологічного лідерства, швидкості доведення новацій до ринку, ефективності корпоративних НДДКР, що обумовлює синергетичну особливість інноваційної діяльності різних структурних підрозділів. Також інноваційний потенціал визначають як сукупність кадрових, матеріально-технічних, інформаційних і фінансових ресурсів, які обслуговуються відповідною інфраструктурою метою реалізації нововведень [4].

Науковці Л. Водачек та О. Водочкова інноваційним потенціалом вважають майбутні або вже мобілізовані для досягнення інноваційної цілі ресурси і організаційний механізм [5]. А, наприклад, Н. А. Гончарова, Є. В. Іванова стверджують, що ототожнення термінів «потенціал» і «ресурси» неприпустиме, хоча не заперечують, що наявність необхідних для реалізації інновацій ресурсів – обов'язкова умова її здійснення, і найчастіше виробники відповідають, що їм недостатньо саме ресурсного забезпечення для здійснення інновацій. У своїх працях вони висвітлюють цікаві спроби проаналізувати існуючі визначення інноваційного потенціалу, глибше їх тлумачення [6].

На нашу думку, напрацювання науковців варто розділити на три підходи – ресурсний, структурний і процесний. Перший зосереджується на ресурсному забезпеченні інноваційних проектів, зокрема на фінансово-економічних і організаційно-технічних аспектах забезпечення інноваційної діяльності. Тобто автори розуміють інноваційний потенціал як сукупність ресурсів, тому, розкриваючи питання структури інноваційного потенціалу, перераховують ресурси, необхідні для здійс-

нення інноваційної діяльності. Цей підхід є обмеженим, оскільки в ньому не передбачає враховується ціла низка характеристик категорії «інноваційний потенціал». Зокрема багаторівневність, системність, наявність синергетичних ефектів і різних векторів розвитку, крім того, слід зауважити, що використання ресурсів завжди є цілеспрямованим і певним чином організованим процесом і не завжди пов'язане зі зростанням інноваційного потенціалу. На цьому етапі ринкових трансформацій вітчизняної економіки ресурсний підхід здатен забезпечити досягнення кінцевих цілей інноваційної діяльності, здебільшого суб'єктів мікрорівня економічної системи: позиціонування підприємств на ринку з новою продукцією, збереження ніші на ринку, збільшення рівня конкурентоспроможності завдяки удосконаленню асортименту введенням інноваційної продукції, опанування більшої частки ринку, збільшення прибутку тощо.

У свою чергу, структурний підхід інтегрує ресурси, необхідні для формування інноваційного потенціалу, у певні комплексні складові, дозволяючи маневрувати фінансами, знаннями, персоналом, фондами тощо, але не показує процес розвитку сформованого потенціалу під впливом різноманітних зовнішніх факторів інноваційного середовища. Структурний підхід характеризує цілеспрямовану діяльність економічних суб'єктів різного рівня організації із залучення конкретних господарських ресурсів та їх раціональної переробки для формування інноваційного продукту і створення певного внутрішнього інноваційного середовища. Дія факторів зовнішнього інноваційного середовища, що впливають на інноваційний потенціал, такі як державна інноваційна політика, політика кредитних установ, конкурентні стратегії споживачів, постачальників, фінансових посередників, зміни у вподобаннях споживачів тощо, залишаються поза увагою структурного підходу. Прихильники цього підходу акцентують увагу на важливості корпоративного духу, політики підприємства стосовно нововведень. Тобто одні автори наголошують на наявності ресурсів, а інші на можливості їх використання.

Процесний підхід також не є остаточно досконалим, тому що він передбачає виключення з поняття «інноваційний потенціал» науково-технічної складової, а зосереджується лише на впровадженні та комерціалізації інновацій, тобто досліджує лише використання інноваційного потенціалу на останніх стадіях єдиного інноваційного процесу, відволікаючись від особливостей певних ресурсних складових і умов їх формування [7].

Але все-таки, переважна більшість авторів виокремлює процес реалізації інноваційних ініціатив і виходу новацій на ринок як найважливішу рису інноваційного потенціалу, на відміну від науково-технічного. Цим підкреслюється, що високий рівень інноваційного потенціалу є засобом досягнення прибутку, використовуючи інтенсивні методи господарювання.

На нашу думку, виключно ресурсний підхід до трактування інноваційного потенціалу не є достатнім. Оскільки, крім ресурсного підходу до розгляду поняття інноваційного потенціалу, сам процес створення і впровадження інновацій супроводжується надзвичайно високим рівнем новизни усіх змін, що відбуваються. За своєю природою – це позитивне явище, яке відображає стійкий і постійний розвиток діяльності підприємства, галузі, країни, але з іншого погляду потрібно враховувати, що такий рівень новизни є дуже складним для процесу прогнозування. Логічно, що під час виникнення інновацій виникає нагальна потреба в їх аналізі та прогнозуванні якісних змін, а обмеженість можливостей одержання достатньої інформації, необхідної під час застосування формальних (кількісних) методів прогнозування, робить названі методи цілком непридатними. При цьому виникають проблеми, бо потрібно дати перспективні оцінки цілковито новим процесам і явищам, які раніше не зустрічались у суспільному житті і про які, зрозуміло, поки що немає ніякої інформації [8].

Вищеперелічені підходи не повністю характеризують це поняття, бо досліджують окремі ключові аспекти інноваційного потенціалу. На це існує об'єктивне пояснення – різниця у цілях наукових досліджень, їх характері й обсязі. На нашу думку, до тлумачення катего-

рії «інноваційний потенціал» слід підходити системно, тобто як до складної економічної категорії, яка є ієрархічною системою понять: від первинних категорій, які становлять основу інноваційного потенціалу, до спричинених, тобто таких, які логічно впливають одна з одної і є субординованими та координованими між собою.

Для чіткого розкриття сутності будь-якого явища, об'єкта чи процесу, зазвичай, встановлюються основні функції, які він покликаний виконувати, або виділяються його основні структурні елементи, кожен із яких має свою місію. Найбільш повні й обґрунтовані з цього приводу напрацювання висвітлив В. І. Кокурінін. У своїй монографії «Інноваційна діяльність» [10], де він виокремив три складові інноваційного потенціалу: ресурсну; результативну; внутрішню.

Отже, представлена структура інноваційного потенціалу дозволяє конкретизувати і якісно оцінити співвідношення структурних елементів інноваційного потенціалу, включаючи ресурсний підхід, але не вказуючи, що він є основною категорією в цьому понятті. Бо таке структурування передбачає, що всі три складові не лише співіснують, але і взаємно передбачають і обумовлюють одна одну.

Щодо структури інноваційного потенціалу, то ми поділяємо думку, що основою загально-го підприємницького потенціалу підприємства є інноваційний потенціал. Фактично, входячи до його складу, він визначає реальну можливість підприємства для здійснення інноваційного розвитку. Варто виокремити також таку цікаву взаємозалежність – інноваційний потенціал фактично входить до складу кожного з потенціалів підприємства, але і кожна з цих складових загального потенціалу забезпечує інноваційну складову загального інноваційного потенціалу.

Ґрунтуючись на цьому підході, можна резюмувати, що інноваційний потенціал є не лише показником, який характеризує стан об'єкта, а й економічною категорією, яка одночасно може відобразити безліч реальних процесів і явищ у системі. На нашу думку, саме такий підхід дає можливість адекватно відобразити не тільки ту або іншу ситуацію, ті або

інші відносини, але й процеси, і тенденції їх розвитку, а отже, ефективність функціонування економічної системи загалом [10].

Тому ми погоджуємось із достатньо повним тлумаченням Л. К. Шаміної з приводу того, що інноваційний потенціал – це характеристика підприємства, яка відображає забезпеченість підприємства науковими кадрами та висококваліфікованими спеціалістами, сприйняття інновацій зовні та можливість реалізувати нововведення у виробництві або організаційній структурі [11]. Загалом, інноваційний потенціал підприємства можна розглядати як інтегральну сукупність взаємопов'язаних у певних соціально-економічних формах факторів:

- реальних ресурсів;
- потенційно можливих інноваційних ресурсів, які за певних діючих чинників внутрішнього та зовнішнього середовища на певному часовому проміжку можуть бути задіяні підприємством;
- здатності та готовності підприємства сприйняти та ефективно використати ці ресурси та можливості для досягнення стратегічної мети своєї діяльності. Саме тому важливим є підвищення інноваційного потенціалу підприємства, що передбачає необхідність моніторингу його стану й оцінки в процесі реалізації [12].

Досліджуючи поняття «інноваційний потенціал поліграфічного підприємства», слід, на нашу думку, враховувати і специфіку ви-

давничої галузі, головною особливістю якої є те, що основою для створення кінцевого продукту є книги як результат творчої чи наукової діяльності авторів. Окрім того, слід враховувати і фактор невизначеності, який притаманний видавничому ринку, адже спрогнозувати терміни виконання замовлення як і споживчий попит на вже виданий продукт важко, оскільки автори як і споживачі – це творчі особистості, можливості та потреби яких не можливо передбачити чи прорахувати.

Резюмуючи все вищепроаналізоване, пропонуємо трактувати інноваційний потенціал поліграфічного підприємства, як сукупність наукових, фінансових, матеріально-технічних, кадрових, організаційних ресурсів і можливостей, які забезпечують готовність і здатність підприємства здійснювати інноваційну діяльність при постійному удосконаленні системи управління нею, враховуючи фактори нестабільності та мінливості видавничих технологій на книговидавничому ринку.

Щодо складових елементів структури інноваційного потенціалу, то також у науковій літературі існує велика кількість варіантів, які часто відрізняються один від одного лиш одним елементом. Систематизуючи, ми визначили загальноприйнятну у більшості дослідників структуру (табл. 1).

Базуючись на вищеперелічених показниках, можна скласти матрицю інноваційного потенціалу поліграфічного підприємства (рис. 1), яка дозволить дати оцінку загальної

Таблиця 1

Структура інноваційного потенціалу поліграфічного підприємства

| Елементи | Зміст |
|------------------------------------|---|
| Фінанси | Інвестиції в НДДКР, нематеріальні активи, джерела фінансування, платоспроможність і фінансова стійкість |
| Матеріально-технічне забезпечення | Забезпечення сучасними інноваційними та інформаційними технологіями, комп'ютерними системами, наявність прогресивного обладнання, матеріалів |
| Організаційно-управлінська система | Загальна організаційна структура, використання сучасних форм організації та управління інноваційною діяльністю, організаційна культура, оптимізована технологія процесів виробництва |
| Кадри | Склад персоналу, частка працюючих в інтелектуальній сфері (програмісти, дослідники, конструктори, технологи та ін.) у загальній чисельності працюючих, компетентність і орієнтованість на інноваційну діяльність підприємства |
| Ринкова складова | Позиція підприємства на ринку, рівень конкурентоспроможності серед підприємств, що ведуть аналогічну діяльність, наявність попиту, необхідні маркетингові заходи |

Продовж. табл. 1

| Елементи | Зміст |
|-----------------------|--|
| Інформаційна складова | Ефективне використання сукупності різних видів наукової інформації та інформації, пов'язаної з появою нових інновацій і їх упровадженням, науково-технічна література, інформація про патенти, винаходи, нові наукоємні технології, системи й обладнання, про комп'ютерні системи, науково-технічна документація у вигляді звітів, регламентів, інша проектно-конструкторська документація. Одну з найважливіших ролей відіграє інформація про конкурентів |

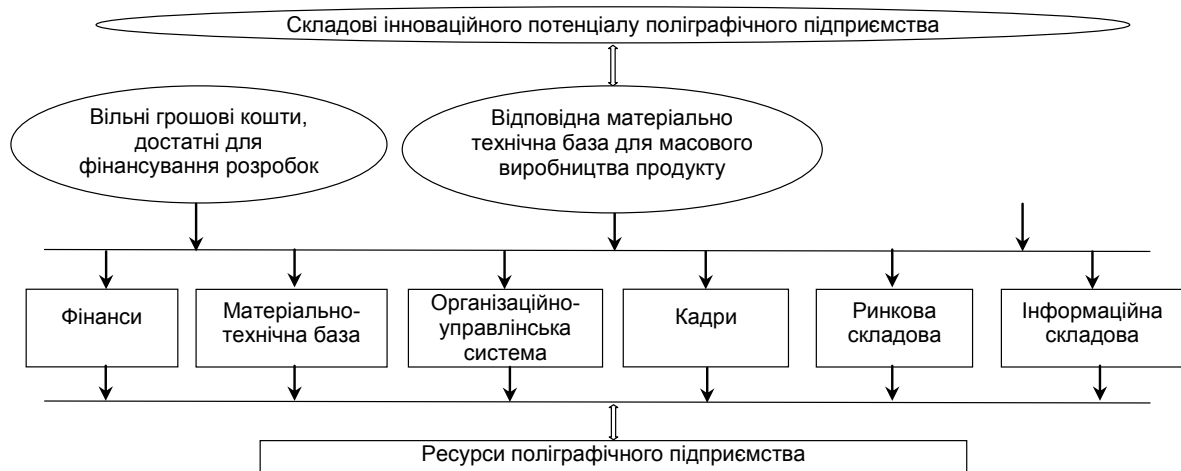


Рис. 1. Матриця інноваційного потенціалу поліграфічного підприємства (власна побудова)

готовності підприємства до сприйняття інновацій.

Схожу матрицю запропонував С. М. Темненко [13]. Ми пропонуємо розширити її, доповнивши двома складовими – ринковою і інформаційною, виключивши з неї соціально-психологічну складову, оскільки, на нашу думку, це є не окремою складовою інноваційного потенціалу, а лише характеристикою кадрової складової, яка демонструє важливість сприятливого соціально-психологічного клімату в колективі і як саме він впливає на інтелектуальний потенціал працівників.

У цій матриці ресурси підприємства визначаються як засоби, які є необхідними для досягнення та реалізації прийнятої інноваційної стратегії. Із взаємодії всіх складових матриці отримують нові характеристики, які не є властивими для кожного окремого елементу матриці, і свідчать про додаткові можливості підприємства, що створює поле інноваційної діяльності, формуючи інноваційний потенціал і зони ймовірного опору інноваційним змінам.

В основі аналізу галузевих особливостей формування потенціалу підприємств лежить специфічність технологічних процесів. Для формування оцінки інноваційного потенціалу поліграфічного підприємства необхідно враховувати особливість організації виробництва, відмінності в характеристиках кінцевого продукту та ресурсів для його виробництва, ознаках ринків збуту тощо.

Інноваційний розвиток завжди є ключовим каталізатором діяльності будь-якого підприємства в умовах конкуренції, а інноваційний потенціал – це показник, який демонструє сприйнятливості підприємства до нововведень. Видавничо-поліграфічний комплекс у сучасних мовах технологічного розвитку перетворився на одну з найбільш інноваційних галузей промисловості, тому для успішних результатів діяльності необхідно точно розуміти значення категорії «інноваційний потенціал поліграфічного підприємства», а також знати його складові. І тільки оперуючи чітким розумінням цих понять і враховуючи галузеві особливості видавничого виробництва, можна

приймати ефективні оперативні управлінські рішення.

ЛІТЕРАТУРА

- Гречан А. П. Інноваційний підхід до формування стратегії підприємства / Гречан А. П. // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. – 2005. – № 3. – С. 106–109.
Grechan A. P. Innovatsiyniy pidhid do formuvannya strategiyi pidpriemstva / Grechan A. P. // Visnik Kiyivskogo natsionalnogo universitetu tehnologiy ta dizaynu. – 2005. – № 3. – S. 106–109.
- Данько М. Інноваційний потенціал промисловості України / М. Данько // Економіст. – 1999. – № 10. – С. 26–32.
Danko M. Innovatsiyniy potentsial promyshlennosti Ukrainyi / M. Danko // Ekonomist. – 1999. – № 10. – S. 26–32.
- Николаев А. И. Инновационное развитие и инновационная культура / А. И. Николаев // Наука и наукознание. – 2001. – № 2. – С. 54–65.
Nikolaev A. I. Innovatsionnoe razvitie i innovatsionnaya kultura / A. I. Nikolaev // Nauka i naukoznanie. – 2001. – № 2. – S. 54–65.
- Краюхин Г. А. Закономерности и тенденции инновационными процессами» / Краюхин Г. А., Шабайкова Л. Ф. – С.Пб.: СПбГИЭА, 1995. – 426 с.
Krayuhin G. A. Zakonomernosti i tendentsii innovatsionnyimi protsessami» / Krayuhin G. A., Shabaykova L. F. – S.Pb.: SPbGIEA, 1995. – 426 s.
- Водачек Л. Стратегия управления инновациями на предприятии / Водачек Л., Водачкова О. – М.: Экономика, 1989. – 336 с.
Vodachek L. Strategiya upravleniya innovatsiyami na predpriyatii / Vodachek L., Vodachkova O. – M.: Ekonomika, 1989. – 336 s.
- Иванцов П. И. Инновационная деятельность в агробизнесе: теория и практика : учеб. пособие / Иванцов П. И. – Минск : Акад. упр. при Президенте Республики Беларусь, 2006. – 315 с.
Ivantsov P. I. Innovatsionnaya deyatel'nost v agrobiznese: teoriya i praktika : ucheb. posobie / Ivantsov P. I. – Minsk : Akad. upr. pri Prezidente Respubliki Belarus, 2006. – 315 s.
- Огляд методів оцінки рівня інноваційного потенціалу економічних суб'єктів / О. А. Овечкіна, К. В. Іванова // Економічний вісник Донбасу. – 2007. – № 4 (10). – С. 130–140.
Oglyad metodiv otsinki rivnya innovatsiynogo potentsialu ekonomichnih sub'ektiv / O. A. Ovechkina, K. V. Ivanova // Ekonomichniy visnik Donbasu. – 2007. – № 4 (10). – S. 130–140.
- Грабовецький Б. Є. Оцінка порівняльної важливості напрямів інноваційного розвитку промислового підприємства на основі методу експертних оцінок Дельфі / Б. Є. Грабовецький, Т. М. Білявоз // Економіка розвитку. – 2010. – № 1 (53). – С. 44.
Grabovetskiy B. E. Otsinka porivnyalnoyi vazhливості napryamiv innovatsiynogo rozvitku promislovogo pidpriemstva na osnovi metodu ekspertnih otsinok Delfi / B. E. Grabovetskiy, T. M. Bilyavoz // Ekonomika rozvitku. – 2010. – № 1 (53). – S. 44.
- Кокурин Д. И. Инновационная деятельность / Кокурин Д. И. – М.: Экзамен, 2001. – 575 с.
Kokurin D. I. Innovatsionnaya deyatel'nost / Kokurin D. I. – M.: Ekzamen, 2001. – 575 s.
- Онишко С. В. Фінансовий потенціал інноваційного розвитку економіки / Онишко С. В. // Фінанси України. – 2003. – № 6. – С. 67–74.
Onishko S. V. Finansoviy potentsial innovatsiynogo rozvitku ekonomiki / Onishko S. V. // Finansi Ukrayini. – 2003. – № 6. – S. 67–74.
- Шамина Л. К. Инновационный потенциал предприятия / Шамина Л. К. // Инновации. – 2007. – № 9 (107). – С. 58–60.
Shamina L. K. Innovatsiyniy potentsial predpriyatiya / Shamina L. K. // Innovatsii. – 2007. – № 9 (107). – S. 58–60.
- Гриньов А. В. Оцінка інноваційного потенціалу підприємства / А. В. Гриньов // Проблеми науки. – 2003. – № 12. – С. 12–17.
Grinov A. V. Otsinka innovatsiynogo potentsialu pidpriemstva / A. V. Grinov // Problemi nauki. – 2003. – № 12. – S. 12–17.

13. Темненко С. М. Методи оцінки інноваційного потенціалу підприємства / Темненко С. М. / Науково-технічний бюлетень Інституту біології тварин. – 2013. – Т. 13, № 1–2.
- Temnenko S. M. Metodi otsinki innovatsiynogo potentsialu pidpriemstva / Temnenko S. M. / Naukovo-tehnichniy byuleteni nstitutu biologiyi tvarin. – 2013. – T. 13, № 1–2.

С. И. Миклушка (Украинская академия книгопечатания). **Иновационный потенциал предприятий в книгоиздательской отрасли: понятие, структура, составляющие.**

Аннотация. В статье обобщены теоретические подходы к пониманию сущности инновационного потенциала и раскрыто содержание понятия «инновационный потенциал полиграфического предприятия», выделены и охарактеризованы его составляющие.

Ключевые слова: инновационный потенциал, книгоиздательская отрасль, предприятие, структура, составляющие.

S. Myklushka (Ukrainian Academy of Printing). **The innovative potential of enterprises in the book publishing industry: concept, structure, components.**

Summary. The article generalize theoretical approaches to understanding the essence of innovative potential and discloses the concept of «innovation potential of printing companies,» isolated and characterized its components.

Keywords: innovation potential, the book publishing industry, the company, structure, components.