

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Р. П. ГРОМИКА

(Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця)

Анотація. *Описано теоретичні засади інноваційного розвитку промислового підприємства. Визначено ключові поняття та класифікаційні ознаки інновацій, розглянуто нормативно-правове регулювання інноваційної діяльності в Україні. Сформовано предметну область дослідження інноваційного розвитку підприємства, яка включає створення нових продуктів, удосконалення бізнес-процесів, інноваційність підприємства, розвиток знань як основи інновацій, інноваційні стратегії.*

Ключові слова: *інноваційний розвиток, інноваційний діяльність, інновації, інноваційність підприємства, інноваційні стратегії, класифікація інновацій, знання.*

Інноваційний розвиток є необхідною умовою стратегічного успіху сучасного промислового підприємства. Становлення та розвиток економіки знань, ускладнення та динамізм зовнішнього середовища господарювання, підвищення конкурентної боротьби вимагають від підприємств швидкої реакції та відповідних змін як у продуктах і послугах, так у ключових бізнес-процесах. Інноваційність вимагає певної поведінки, узгодженості та координованості, а отже, і високого професіоналізму від менеджерів усіх управлінських рівнів. Світові доробки у сфері інноваційного розвитку адаптовані російськими та українськими вченими до сучасних економічних реалій вітчизняних підприємств та розкриваються у працях В. Василенка, А. Гальчинського, В. Гейця, Г. Гольдштейна, Т. Євдокімової, С. Ілляшенка, О. Кузьміна, Ю. Морозова, В. Пономаренка, В. Семиноженка, Р. Фатхутдінова та ін. Увагу зосереджено на сутності інновацій та їх класифікації, організації інноваційної діяльності, проведенні науково-дослідних розробок, управлінні проектами та проектними групами. Разом з тим, недостатньо розробленими залишаються питання управління інноваційним розвитком підприємства як джерелом його конкурентних переваг і стратегічного успіху.

З огляду на це метою статті є вивчення та узагальнення теоретичних засад інноваційного розвитку промислового підприємства. Для досягнення поставленої мети було виконано такі завдання: розглянуто сутність понять «інновації» та «інноваційна діяльність», класифікацію інновацій, сформовано предметну область дослідження інноваційного розвитку промислового підприємства.

Теоретичне підґрунтя інноваційного розвитку характеризується багатогранністю. Акцентуючи увагу на понятійному апараті та спираючись на аналіз класичних робіт із обраної проблематики, можна відмітити наявність значної сукупності різних тлумачень і підходів до поняття «інновації». Автор праці [4] виокремив такі, відмітні, на його думку, тлумачення інновацій як результат науково-технічного прогресу; процесу розробки, запровадження у виробництво та комерціалізацію нових споживчих вартостей; процесу інвестицій у новачії, тобто у проведенні наукових досліджень, розробку нових технологій, нових видів техніки, товарів, послуг; особливої форми або предмета трудової діяльності людини; особливого продукту трудової діяльності людини; результату творчої діяльності людей тощо. Наведені визначення в жодному разі не суперечать один одному, представляючи різні аспекти у дослі-

дженні інновацій та інноваційного розвитку на рівні людини, суспільства, країни, світу.

Узагальнюючи існуючі підходи до визначення сутності інновацій, можна дійти висновку, що вони формують два підходи. Перший підхід розглядає інновації як процес розробки та запровадження нових продуктів, послуг, методів, принципів замість чинних. Відповідно до другого підходу інновація являє собою результат творчого процесу у вигляді нової техніки, продукції, технології тощо.

Інноваційний розвиток підприємства можна описати поняттями, що є ключовими з позиції Закону України «Про інноваційну діяльність» у редакції від 05.12.2012 р. [3]. Згідно із ним інновації – новостворені (застосовані) й (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери;

- інноваційна діяльність – діяльність, що спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень і розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів і послуг;

- інноваційний продукт – результат науково-дослідної і (або) дослідно-конструкторської розробки, що відповідає вимогам, установленим цим Законом;

- інноваційна продукція – нові конкурентоздатні товари чи послуги, що відповідають вимогам, установленим цим Законом;

- інноваційне підприємство (інноваційний центр, технопарк, технополіс, інноваційний бізнес-інкубатор тощо) – підприємство (об'єднання підприємств), що розробляє, виробляє і реалізує інноваційні продукти і (або) продукцію чи послуги, обсяг яких у грошовому вимірі перевищує 70 % його загального обсягу продукції і (або) послуг.

В основі інноваційного розвитку підприємства лежить інноваційна діяльність. О. Н. Кравцова і В. П. Воронін [5] трактують інноваційну діяльність як одну із форм управлінської діяльності менеджерів підприємства, яка враховує як вплив зовнішнього середови-

ща, так і зміни національного ринку інновацій, що відбуваються під впливом загальних і специфічних факторів. Отже, як і будь-яка управлінська діяльність передбачає реалізацію класичних функцій управління (організація, планування, мотивація та контролю).

Найчастіше про інновації кажуть у разі створення нового продукту (технологічні інновації) або виходу на нові ринки (маркетингові інновації). Однак такий погляд є поверхневим і дуже спрощеним. Об'єктами інновацій на підприємствах можуть бути засоби виробництва та технологічні процеси, продукція, що виробляється, та її якість; людський потенціал і розвиток творчої та активної особистості; соціальна сфера; організаційний розвиток тощо. Відповідно до вищезгаданого Закону, для української економіки об'єктами інноваційної діяльності можуть бути [3]:

- інноваційні програми і проекти;
- нові знання та інтелектуальні продукти;
- виробниче обладнання та процеси;
- інфраструктура виробництва та підприємства;
- організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру і якість виробництва і (або) соціальної сфери;
 - сировинні ресурси, засоби їх видобування і переробки;
 - товарна продукція;
 - механізми формування споживчого ринку та збуту товарної продукції.

Така різноманітність об'єктів виражена також у класифікації інновацій. Найчастіше у науковій літературі зустрічаються такі класифікаційні ознаки: за технологічними параметрами (продуктові, процесні); за глибиною змін (радикальні, модифікаційні, покращуючі); за сферою діяльності (технологічні, виробничі, економічні, торговельні, соціальні, у сфері управління); за темпами здійснення; за масштабами тощо [1, 2]. Виділення цих або інших ознак залежить від цілей і об'єкта конкретного наукового дослідження. В контексті визначення теоретичних засад інноваційного розвитку підприємства вони дозволяють

сформувати відповідну предметну область (табл. 1).

Інноваційність є важливою рисою сучасного успішного підприємства, а оцінити її можна за складовими його інноваційного потенціалу, здатностей втілювати новітні досягнення науки і техніки в нові товари, технології, організаційні та управлінські рішення, задовольнити потреби споживачів, а принести прибуток підприємству [2, 6]. Поряд із досягнутим рівнем якості продукції та техніко-технологічним рівнем виробництва інноваційність передбачає здатність персоналу до навчання та розвитку, а також упровадження інновацій. Інформаційна епоха та економіка знань, що супроводжується високою динамічністю середовища господарювання вимагають від менеджменту кре-

ативності та творчого підходу до вирішення різноманітних проблем. Як найбільш ефективна модель взаємодії співробітників між теоретиками та практиками визнається командний стиль роботи.

Інноваційним є розвиток, що спирається на безупинні пошук і використання нових способів і сфер реалізації потенціалу підприємства у змінних умовах зовнішнього середовища у рамках обраної місії і прийнятої мотивації діяльності, пов'язаний із модифікацією існуючих і формуванням нових ринків збуту [1]. Відповідно до такого погляду управління інноваційним розвитком набуває стратегічного характеру, а отже, її ефективність залежить від розробки та реалізації оптимальних стратегій.

Таблиця 1

Предметна область інноваційного розвитку машинобудівного підприємства

Складова предметної області	Змістовне наповнення
Інноваційна діяльність для створення нових продуктів	Створення нових продуктів, нових функціональних характеристик існуючих продуктів; продуктів із новими властивостями; створення нових ринків і нових сфер застосування існуючих продуктів
Інноваційний розвиток як удосконалення процесів	Інновації організаційного характеру, спрямовані на удосконалення управлінської діяльності, процесу збуту, удосконалення виробничих технологій та інших бізнес-процесів підприємства
Інноваційність підприємства (інноваційний потенціал)	1. Наукомісткість виробництва; якість і конкурентоспроможність продукції; техніко-економічний рівень продукції; оновлення продукції (технології); експортоспроможність виробництва та продукції. 2. Здатність персоналу до навчання, креативність менеджерів, їх здатність до розробки та реалізації нестандартних рішень
Розвиток знань підприємства як джерело інновацій	Перехід підприємства на новий рівень вимагає розширення наявного досвіду, придбання та залучення нових знань, їх застосування до інших сфер діяльності. Знання стосуються нових технологій, нових товарів, послуг і процесів, нових ринків, нових організаційних структур і нових підходів до управління
Інноваційні стратегії (стратегії інноваційного розвитку)	Стратегії та організаційні засоби, що визначають поведінку підприємства в його інноваційній діяльності та передбачають такі його ролі: наступальну, захисну (оборонну), поглинаючу, імітаційну та ін.

У класичній роботі зі стратегічного управління Г. Хемела та К. Прахалада інновації розглядаються у їх єдності із організаційними змінами, управлінні знаннями, створенням і розвитком компетенцій підприємства [7]. В умовах активного розвитку економіки знань досвід і знання підприємства одночасно є базою та результатом створення і впровадження його інновацій. Знання являють собою стратегічний фактор економічного зростання, основу технологічних і управлінських інновацій.

Окрім того, ступінь використання знань є однією із численних класифікаційних ознак інновацій, відповідно до якої виокремлюють інновації, засновані на фундаментальних наукових знаннях; інновації із обмеженою сферою застосування; комбінацію різних типів знань про один продукт; використання одного продукту в різних сферах; технічно складні інновації як побічний результат потужної дослідницької програми; використання відомої техніки та методів у новій сфері.

Теорія стратегічного управління пропонує цілий ряд альтернативних конкурентних, корпоративних, продуктових, ресурсних і функціональних стратегій. Особливе місце у цій сукупності посідають стратегії інноваційної діяльності підприємства, адже в більшій мірі визначають його поведінку на конкурентному полі в певній інноваційній сфері. Найбільш поширеними є такі стратегії, як наступальна, оборонна, імітаційна [2, 7].

Наступальна стратегія передбачає наявність високого ступеня ризику та високої ефективності а її успішна реалізація залежить від проведення фундаментальних досліджень, застосування новітніх технологій, високої кваліфікації працівників, здатностей швидко реалізувати нововведення та передбачувати ринкові зміни. Наступальну стратегію практично неможливо реалізовувати силами самого підприємства, тому найчастіше її обирають виробничі та наукові об'єднання, фінансово-промислові групи, потужні корпорації.

Захисна (оборонна) стратегія є актуальною для підприємств, що мають вагомий ринковий частку та прагнуть її втримати. Її реалізація висуває також високі вимоги до техніко-технологічного рівня виробництва та якості продукції. Основні цілі таких підприємств: зниження виробничих витрат, удосконалення процесів залучення та втримання постійних клієнтів, збільшення обсягів продажу на основі використання нових інструментів маркетингу.

Імітаційна стратегія (або стратегія наслідування) передбачає використання інновацій інших підприємств або організацій, але із певним удосконаленням або модернізацією. Вона характеризується невисоким ступенем ризику, однак вимагає від підприємства високої культури виробництва, потужного організаційно-технологічного потенціалу, обізнаності та розуміння ринкових умов.

Окрім наведених вище, на практиці можна зустріти поглинаючу стратегію, головним організаційним засобом реалізації якої є ліцензування. Така стратегія найчастіше застосовується такими підприємствами, які, з одного боку, володіють потужними інноваційними підрозділами та спрямовують зусилля на осно-

вний вид діяльності (наступальна стратегія), а з іншого – за рахунок поглинаючої стратегії підтримує інші сфери на конкурентному рівні.

Отже, підприємство орієнтоване на інноваційний тип розвитку, повинно постійно змінювати свої елементи (стратегії, структуру, процеси, продукти, персонал). Тіснішим стає взаємозв'язок між стратегічною та інноваційною діяльністю в умовах загострення конкурентної боротьби, переходу від масового до позамовного виробництва, підвищення ролі автоматизації управління, скорочення тривалості процесів розробки та впровадження нових продуктів, розширення кооперації та корпоратизації.

Вивчення теоретичних засад інноваційного розвитку промислового підприємства дало можливість сформулювати відповідну предметну область дослідження. Відповідно до неї було виділено головні елементи, що розкривають зміст і складність поняття «інноваційний розвиток підприємства». Так, інновації підприємства реалізуються у продуктах і процесах за рахунок сформованого інноваційного потенціалу, наявного організаційного досвіду та бази знань. Підпорядковуючись конкурентним і корпоративним стратегіям, стратегії інноваційного розвитку узгоджують зовнішні можливості та внутрішні здатності підприємства щодо підтримання існуючих і створення нових стійких конкурентних переваг.

ЛІТЕРАТУРА

1. Грінченко К. О. Фактори розвитку інноваційного підприємства [Електронний ресурс] / К. О. Грінченко. – Режим доступу: <http://ev.nuos.edu.ua>. – Назва з екрана.
2. Долгоруков А. М. Стратегическое искусство: целеполагание в бизнесе, разработка стратегем, воплощение / А. М. Долгоруков. – М. : ООО «1С-Пабблишинг», 2004. – 367 с.
3. Про інноваційну діяльність [Електронний ресурс] : Закон України від 05.12.2012 р. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/40-15>. – Назва з екрана.
4. Коваль Л. А. Розвиток наукової думки про інновації – як предмет особливої трудової діяльності / Л. А. Коваль, С. А. Романчук //

- Збірник наукових праць Кіровоградського національного технічного університету. Серія «Економічні науки». – 2012. – Вип. 22 (ч. II). – С. 40–46.
5. Кравцова Е. Н. Инновационная деятельность предприятия / Е. Н. Кравцова, В. П. Воронин // Креативная экономика. – 2008. – № 6 (18). – С. 3–8.
6. Никифорова Л. Е. Управление инновационным развитием организации на основе принципов стратегического менеджмента / Л. Е. Никифорова // Вестник Томского государственного университета. – 2010. – № 338. – С. 143–148.
7. Хэмел Г. Стратегическая гибкость: [пер. с англ.] / Г. Хэмел, К. Прахалад, Г. Томас, Д. О'Нил. – С.Пб.: Питер, 2005. – 384 с.

Р. П. Громыка (Харьковский национальный экономический университет имени Семена Кузнеця). **Теоретические основы инновационного развития предприятия.**

Аннотация. Описаны теоретические основы инновационного развития промышленного предприятия. Определены ключевые понятия и классификационные признаки инноваций, рассмотрено нормативно-правовое регулирование инновационной деятельности в Украине. Сформирована предметная область исследования инновационного развития предприятия, которая включает создание новых продуктов, усовершенствование бизнес-процессов, инновационность предприятия, развитие знаний как основы инноваций, инновационные стратегии. В качестве инновационных приведены наступательная, оборонительная, имитационная и поглощающая стратегии.

Ключевые слова: инновационное развитие, инновационная деятельность, инновации, инновационность предприятия, инновационные стратегии, классификация инноваций, знания.

R. P. Gromyka (Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics). **Theoretical foundations of innovative enterprise development.**

Summary. The article defines theoretical foundations of innovative development of the industrial enterprise. The key concepts and classification criteria of innovations are identified, regulatory framework of innovation activity is considered. Field of study of innovative development of the enterprise, that includes new products development, improvement of business processes, innovativeness of the enterprise, knowledge development as a base of innovation, innovation strategies, is formed. Offensive, defensive, imitative and absorbing strategies are presented.

Keywords: innovation development, innovation activity, innovations, innovativeness of the enterprise, innovative strategies, classification of innovations, knowledge.