

УДК 330.1

Богуслав Шлюсарчик**УМОВИ ІННОВАЦІЙНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ У СУЧАСНІЙ РИНКОВІЙ ЕКОНОМІЦІ**

У статті проаналізовано роль і значення інновацій у розвитку підприємства, підвищенні його конкурентоспроможності. Запропонована авторська класифікація чинників, які обумовлюють розвиток інноваційних процесів.

The role and value of innovations in development of enterprise, increase of his competitiveness are analysed in the article. Author classification of factors which stipulate development of innovative processes is offered.

Сучасна економіка характеризується загостренням конкурентної боротьби. У цих умовах інновації стають обов'язковим елементом господарської діяльності підприємств і є основною рушійною силою і передумовою їх розвитку. Саме тому інноваційна діяльність – одна з основних сфер діяльності будь-якого підприємства, у якій використовуються і взаємодіють знання із сфери техніки, економіки й екології, соціальної психології й соціології, фундаментальних і прикладних наук, теорія і практика, виробництво й управління ним, стратегія і тактика. Розвиток стає можливим завдяки людським ідеям, накопиченням капіталу і високоякісній продуктивній праці. Будучи націлений на благо людини, він, тобто розвиток, збагачує працю і людську думку, розширює можливості накопичення капіталу завдяки підвищенню продуктивності і якості праці і створює, таким чином, умови для нового етапу розвитку, забезпечуючи його безперервність.

Разом з тим, здатність до інноваційних підходів усередині самих підприємств як на індивідуальному, так і на колективному рівні, іноді мало розвинуті і не оцінюються належним чином. Гарні ідеї і пропозиції часто потерпають від бюрократизму, або ж не виносяться на розгляд керівництва і власників підприємства взагалі через побоювання, що будуть відхилені. Значні перешкоди на шляху розвитку інноваційності спостерігаються також з боку зовнішнього оточення підприємства. Саме тому, на нашу думку, як з теоретичної, так і з практичної точки зору, актуальним завданням є дослідження проблем інноваційної діяльності підприємств. З огляду на це, метою даної статті є дослідження умов інноваційності підприємств у сучасній ринковій економіці.

Першими найвизначнішими теоретиками інноваційних процесів вважаються Й. Шумпетер і М. Кондратьєв.

Так, Й. Шумпетер вбачав у нововведеннях можливість для прискороного подолання економічних спадів завдяки активізації радикальних технологічних змін. Оскільки мета інновації – збільшити віддачу від вкладених ресурсів, то нововведення або інновації, на думку Й. Шумпетера, скоріше є економічним і соціальним явищем, аніж технічним.

Відповідно до теорії «великих циклів» М. Кондратьєва, динаміка економічної структури суспільства чутливо реагує на базові нововведення (ключові винаходи), що обумовлює реалізацію вторинних, модернізованих соціально-економічних нововведень.

Подальший комплексний розвиток уявлень про інноваційні процеси пов'язаний з іменами П. Друкера, К. Левіна, Е. Роджерса, Дж. Залтмена, Х. Барнетта, Р. Данкана та інших дослідників.

На сьогодні існує два основних підходи у вивченні інновацій:

- організаційно-орієнтований;
- індивідуально-орієнтований.

В організаційно-орієнтованому підході термін «інновація» використовується як синонім поняття «винахід» і відноситься до процесу створення, коли два і більше уявлень,

ідей чи об'єкта виявляються певним чином залученими соціальним суб'єктом у процес з метою сформувати раніше не існуючу конфігурацію (Дж. Хейдж, М. Айкен, Х. Шепард, Е. Роджерс, Р. Данкан, Дж Холбек, С. Беккер, Т. Уайслер, Дж. Уілсон, Дж. Залтмен, Г. Уатсон та ін.). Інновація таким чином являє собою комплекс взаємопов'язаних процесів і є результатом концептуалізації нової ідеї, спрямованої на вирішення проблеми, і далі – до практичного впровадження нового явища.

Індивідуально-орієнтований підхід описує процес, завдяки якому певний новий соціокультурний об'єкт (нововведення) стає частиною поведінки індивідів і однією із складових їх когнітивної сфери. Ці явища дослідники (Н. Лін, Т. Робертсон, У. Белл, Р. Крейн, Дж. Уолкер, К. Найт, Н. Гросс, Дж. Джіакуїнта, М. Бернстайн, Р. Левідж, Дж. Штайнер, Дж. Клонглен та ін.) пов'язали з процесами інтерналізації. Інновація розглядається як винахідницька діяльність, коли певним чином перетинаються дві раніше не пов'язані між собою системи – індивід і інновація.

Оскільки кожне нововведення – це справа зроблена людиною, тому людський фактор є ключовим елементом у процесі виникнення інновацій на підприємстві. Особа, яка створює нововведення може належати до середовища безпосередньо пов'язаного з підприємством (наприклад, працівник, співвласник чи власник, інвестор, кредитор, поручитель), або до оточення підприємства (наприклад, працівник конкуруючої фірми чи працівник незалежної науково-дослідницької одиниці).

Однією з основних підстав утворення інновації є володіння інформацією, яка може надходити з різних джерел, залежно від виду інновації, що впроваджується. Інформація, яка впливає на виникнення інновації, постійно проходить поміж подібними структурами (підприємства, оточення підприємств), а також усередині цієї структури. Такий обіг дозволяє аналізувати і використовувати досвід багатьох середовищ. Основні джерела інформації та види мотивації творців ідей для потреб інноваційних процесів представлені в табл. 1.

Таблиця 1

Основні джерела інформації та мотивації творців ідей для потреб інноваційних процесів [1]

Джерела ідей	Мотивація творців ідей
Підприємство (власне або конкурентне)	Використання власного потенціалу, необхідність розвитку, необхідність досягнень, необхідність досліджень
Клієнти і поручителі	Задоволення власних потреб через виробника
Постачальники	Стимулювання збуту
Мережа збуту	Утримання або зміцнення позицій на ринку
З'їзди, ярмарки, виставки	Інформаційне посередництво
Спеціалізована література, проспекти, каталоги	Стимулювання рішень, інформування про нові рішення
Прогнозування і вивчення ринку	Оцінка і виявлення шансів та загроз
Незалежні експертні служ-би	Пропагування та розповсюдження рішень
Вивчення ринку	Інформація про ринок та поведінку виробу, потреби та очікування клієнтів

До факторів, пов'язаних з процесом виникнення нововведення, можна віднести різні чинники, пов'язані з можливістю фінансування досліджень і робіт, а також з доступністю і видом технічних осередків.

Доцільно, на нашу думку, провести оцінювання інноваційних процесів, які мають місце у промисловості, у двох площинах: підприємство та його оточення. До цього типу оцінювання відносяться коефіцієнти представлені в табл. 2.

Таблиця 2

Коефіцієнти оцінки інноваційних процесів, які здійснюються безпосередньо на підприємстві та у його оточенні [1]

Підприємство	Оточення підприємства
Частка інноваційних підприємств серед усіх промислових підприємств	Частка витрат-брутто на діяльність В+R в РКВ
Витрати на діяльність щодо нововведень на підприємствах	Експорт високотехнічних виробів даної галузі
Частка вартості продажу нових і модернізованих виробів, що впроваджуються на ринок протягом останніх трьох років в загальній вартості продажу за даний рік	Платіжний баланс у сфері техніки
	Платіжний баланс техніки

З огляду на це, чинники, що обумовлюють інноваційні процеси на підприємстві, слід поділити на чинники, які належать до оточення підприємства чи такі, що незалежні або слабо від нього залежні, та чинники внутрішні, що відносяться до процесу управління підприємством і створюють його внутрішні ресурси (табл. 3).

Таблиця 3

Внутрішні і зовнішні чинники, що обумовлюють інноваційні процеси на підприємстві

Внутрішні чинники (підприємство)	Зовнішні чинники		
	політика галузі	ринок	суспільство
<ul style="list-style-type: none"> – суспільні (індивідуальні та групові); – матеріальні; – юридичні; – організаційні; – стратегічні. 	<ul style="list-style-type: none"> – економічні; – політичні; – юридичні. 	<ul style="list-style-type: none"> – безпосереднє оточення ринку; – локалізаційні; – економічні. 	<ul style="list-style-type: none"> – суспільні; – культурні.

До чинників макрооточення, що впливають на формування інноваційності підприємств, потрібно, передусім, віднести:

- світові тенденції технологічного розвитку, а також можливість їх адаптації до умов держави;
- стан розвитку економіки держави;
- відкритість конкретної галузі економіки та можливість інвестування;
- умови суспільно-господарської та юридичної системи;
- існуюча ситуація на ринку промислових та споживчих продуктів і послуг;
- прогрес в регіональній інтеграції;
- основи та практика ведення господарської політики, а особливо інноваційної політики.

Однак, зовнішні чинники, які впливають на процес виникнення інновацій, характеризуються здатністю сильно змінюватися і диференціюватися [2].

1. Чинники пов'язані з безпосереднім ринковим оточенням:

- очікування інновації з боку клієнтів;
- співпраця з клієнтами;
- інноваційність конкуренції;
- обмеження у доступі до ринку;
- ситуація на ринку праці.

2. Чинники, що виникають у результаті розміщення підприємства:

- обмеження з боку охорони навколишнього середовища;
- необхідність кооперації з місцевим самоврядуванням;
- можливість контакту з вищою школою (якщо це заклади сфери В+R);
- оформлення інфраструктури.

3. Юридичні та фінансові умови, що стосуються фірми:

- право на реєстрацію господарської діяльності;
- податкове право;
- умови погашення та оплати кредитів;
- права клієнтів;
- юридичний захист інтелектуальної власності.

Ці чинники можна також поділити і впорядкувати відповідно до конкретної галузі, ринку та суспільства у цілому.

Почнемо з суспільства, яке відіграє дуже важливу роль у стимулюванні інноваційної діяльності підприємства. Вплив суспільства на інноваційну діяльність підприємства виявляється через рівень суспільного розвитку, організацію і управління суспільством, належне реагування на зміни в економіці, а також через відкритість цих змін. Тому в цій групі ми можемо виділити наступні два чинники: суспільні та культурні. Чинники, що належать до цих груп відповідають за створення відповідних посад працівників, їх відповідальності за власну кар'єру чи позицію в суспільстві, а також за визнання і повагу до креативних осіб в їхньому оточенні. Відображення цього чинника можемо також знайти у динаміці розвитку зони В+R, у розвитку зони навчання, яке найкраще оцінити на підставі якості навчання чи реакції навчання у вищих навчальних закладах на утворення нових напрямків навчання [3]. Сюди також можна віднести різного роду виставки, семінари та наукові конференції. Метою усіх перерахованих вище дій є стимуляція підприємств до практикування інновацій.

Як черговий стимулюючий чинник виникнення інноваційних процесів на підприємстві виступає ринок, який дійсно є ключовим елементом інноваційного процесу завдяки безпосередньому безперервному впливу на діяльність підприємств. Для нього можемо виділити наступні чинники: безпосереднє оточення ринку, розташування, економіка. Перший з цих чинників утворюється завдяки [4]:

- очікуванню інновації з боку клієнтів;
- співпраці підприємства з постачальниками;
- співпраці підприємства із споживачами;
- рівень інноваційності конкуренції.

Цей чинник важливий для підприємства, оскільки планування чи створення інноваційної стратегії потребує аналізу ситуацій на ринку, так само як ситуації на власному підприємстві. Наступним чинником в цій групі виступає розташування, яке виникає з відношення до місця діяльності підприємства. На інноваційну діяльність має істотний вплив співпраця з місцевою владою. Підприємства мають можливість співпрацювати з місцевими представництвами сфери В+R а також вищими навчальними

зкладами, що для них є незаперечною перевагою. Це також додатковий імпульс для впровадження інновацій в місцевій інфраструктурі.

Економічні чинники в цій групі є похідними факторів економічної політики. Сюди можемо віднести, передусім, такі цінності як витрати на діяльність B+R місцевого ринку та внутрішні витрати на B+R конкуренції, фінансові успіхи конкуренції, наявність домашніх господарств, здатних купувати запропоновані продукти через підприємства, вигідні умови отримання та виплати кредитів.

Наступним чинником є господарська політика, під якою потрібно розуміти не тільки внутрішню політику, яка провадиться в даній місцевості, але також і політику господарських співдружностей [5].

Першим з чинників у цій групі є економічний, який в основному окреслюється через витрати на сферу B+R, витрати на інноваційну діяльність підприємств, фінансові показники держави, зарубіжні інвестиції, платіжний баланс чи рівень економічного розвитку країни. Вплив цих чинників можна аналітичним та однозначним способом окреслити, визначаючи цінність коефіцієнтів, таких як, наприклад, відношення витрат-брутто країни до вартості РКВ.

Юридичні чинники визначаються через юридичні норми та систему юридичного врегулювання або сприяння впровадженню інновацій. Сюди можна віднести різного роду зміни в податковому, торговельному законодавстві, утворення права інтелектуальної власності, консультаційні одиниці економічного права [6].

Однак, найважливіші для підприємств і їхнього інноваційного процесу є внутрішні чинники, які більше всього залежать від особистих якостей власника і безпосереднього керівництва підприємства. Зокрема, це вміння використовувати творчі здібності персоналу, правильно застосовувати матеріальні засоби та інфраструктуру підприємства при сприятливому оточенні. Взагалі, чинники мікрооточення можна поділити на такі групи:

1. Чинники, що залежать від особистості підприємця:

- творчість (креативність);
- відкритість для інновацій;
- бажання вирізнитися;
- організаційні здібності.

2. Чинники, пов'язані з досвідченістю підприємця:

- обізнаність у даній сфері;
- знання іноземних мов;
- професійні навички;
- стаж професійної роботи;
- досвід управління підприємством;
- уміння організувати роботу з людьми;
- матеріальна мотивація, потреба економічного успіху.

3. Чинники, пов'язані з персоналом підприємства:

- амбітність, освіта, кваліфікація персоналу;
- спільність інтересів, ототожнення себе з підприємством;
- позитивна оцінка підприємця;
- відповідна організація, яка мотивує до інноваційної діяльності;
- загальні умови і оплати праці.

4. Успіхи підприємства в минулому та поточні успіхи діяльності:

- вартість та динаміка продажів;
- фінансові результати, фінансова ліквідність;

- вартість експорту;
- зобов'язання щодо постачальників.

Як уже було сказано вище, до внутрішніх чинників відносяться чинники, пов'язані з мотивацією працівників сфери В+R, що створюють інновації. Чинники, що впливають на працівника можуть мати індивідуальний характер (особистість працівника, індивідуальні успіхи у праці) або груповий (співпраця з іншими працівниками).

До головних властивостей, які характеризують особистісні чинники працівників, належать їх освіта та вміння, творчий потенціал (креативність), амбіційність, ототожнення себе з підприємством, відповідна організація власної праці, відчуття спільних інтересів, вміння працювати в колективі. Вимірювати ці властивості можемо лише через ефективність праці даного працівника, а також колективу, з яким він співпрацює, оскільки ці властивості мають індивідуальний характер.

Доречно зазначити, що стосунки між людьми відіграють надзвичайно важливу роль як чинник, що стимулює виникнення інновації. Вони дозволяють повною мірою використовувати індивідуальні можливості працівників, які залежать від обставин на робочому місці.

Наступна група – це матеріальні чинники, до яких відносяться фізичні умови праці та матеріальна винагорода працівника. Якщо мова йде про фізичні показники умов праці, то сюди потрібно віднести різного роду машинні парки, фінансові ресурси, технічне обладнання та лабораторії. Показником матеріальної вартості роботи працівників є їхня матеріальна і нематеріальна винагорода за працю. Головним показником матеріального чинника є обсяг додаткових витрат підприємства на сферу В+R та частка цих витрат в загальних інвестиційних витратах підприємства і загальних витратах на його розвиток [5].

Взагалі, можна сказати, що зазначені чинники, які стимулюють виникнення інновації, є універсальними і діють на підприємство незалежно від країни, в якій воно функціонує. Але дія окремих чинників усе ж таки може залежати від розміщення підприємства.

Інновація необхідна як для малих, так і для великих підприємств. Інновація – це все, що допомагає підприємству пристосуватися до мінливого оточення. Таким чином, інновація впливає на конкурентоспроможність підприємств, їх пристосування до потреб ринку, впровадження нових методів проектування, виробництва і дистрибуції, впровадження змін у системах управління та організації праці.

Висновки

Інноваційність є основною умовою зростання зацікавленості товарами та послугами, що обумовлює розвиток ринку й експорту, та є вирішальним для визначення позиції підприємства в бізнес-середовищі. Сьогодні інновації впроваджують всі підприємства: як досвідчені, із міцними позиціями на ринку, так і нові, тобто такі, що лише виходять на ринки. Деякі японські та корейські фірми впроваджують так звані комплексні інноваційні роботи, що називаються профілюванням стратегічних можливостей і полягають у створенні колективів, до складу яких входять найбільш кмітливі люди, і організації предметних досліджень можливих змін. Усе це сприяє зміцненню їх конкурентоспроможності.

Взагалі, на конкурентоспроможність підприємств впливає багато різних як зовнішніх (державна політика, стан матеріальної та інтелектуальної інфраструктури, політика установ, тісно пов'язаних з функціонуванням підприємств, зв'язки з партнерами та конкурентами і т. ін.), так і внутрішніх чинників (засоби управління, наявність оборотного капіталу, якість продукції, що виробляється, сучасна техніка та технології і т. ін.).

Особливу увагу серед чинників, що впливають на конкурентоспроможність підприємства, слід звертати на інновації. Інновації часто є вирішальними відносно темпу та напрямку розвитку, впливають як на форму, так і на розвиток міжнародної співпраці підприємств. Отже, вони є чинником, який вирішує міжнародну конкурентоспроможність підприємств. Власне, як темп, так і сфера творчості та впровадження інновацій, вирішують на сучасному етапі переваги конкурентоспроможних підприємств.

Література:

1. Baj W., Pietuch I., Charakterystyka czynników stymulujących powstawanie innowacji w przedsiębiorstwie, Innowacje 26/2005.
2. Baczko. T. (red.) Raport o innowacyjności gospodarki Polski w 2005 r., Wyd. Instytut Nauk Ekonomicznych PAN, Warszawa 2005.
3. Wiankowski S., Dostosowanie sfery badawczo – rozwojowej w Polsce do funkcjonowania w Europejskiej Przestrzeni Badawczej Wyd. Instytut Organizacji i Zarządzania w Przemysle „Orgmasz” Warszawa 2005.
4. Badania naukowe i innowacja w centrum UE, European Innovation 12/2005.
5. Niedzielski P., Polityka innowacyjna w transporcie, Wyd. Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2003.
6. Zuchowski J. (red.) Innowacyjność w kształtowaniu jakości i usług, Wyd. ITE Radom 2006.

*Рекомендовано до публікації
д.т.н., проф. Пономаренком П.І. 25.06.08*

*Надійшла до редакції
23.10.08*