

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ЗДІЙСНЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Нечаєв О. Л.

Національний університет харчових технологій

Стаття посвячена рассмотрению теории и методологии деятельности предприятия в инновационной сфере. Содержит рекомендации относительно оценки эффективности инновационных проектов и формирования инновационной стратегии предприятия.

В умовах прискорення процесів світової економічної глобалізації та інтелектуалізації виробництва новітні технології стають тією матеріальною основою, яка визначає технічний рівень сучасного виробництва, форми його організації та управління, рівень конкурентоспроможності підприємства. На жаль, сучасні вітчизняні технології не в змозі забезпечити необхідні вартісні та якісні показники продукції, які б дали змогу витримати конкуренцію з імпортними товарами як на внутрішніх, так і на зовнішніх ринках. Отже, існує об'єктивна потреба у забезпеченні конкурентоспроможності підприємств України шляхом інтенсифікації інноваційних процесів.

В науковій літературі немає єдиної думки щодо визначення поняття “інновація”, яке трактується різними вченими залежно від об'єкта і предмета відповідних досліджень. До цієї проблеми існує два підходи: широкий (в тому числі і класичне її визначення Й. Шумпетера [2]) і більш вузький, прийнятий більшістю сучасних економістів.

В 30-х роках Й. Шумпетер використав поняття “інновація”, трактуючи його як зміни з метою впровадження та використання нових видів споживчих товарів, нових виробничих і транспортних засобів, нових ринків та нових форм організації промисловості. Тобто широкий підхід визначає інновацію як будь-яку зміну внутрішньої структури господарського механізму шляхом переходу від початкового в новий стан.

На базі визначення Й. Шумпетера розроблено значну кількість модифікацій, які В. І. Ландик згрупував за трьома напрямками: функціональним, атрибутивним і предметним. При функціональному підході

The article deals with the theory and methodology of R&D enterprises' activity. It includes some recommendations for the innovation projects evaluation and innovation strategy formulating.

акцент робиться на процесному боці інновації як свідомому здійсненні змін у техніці, технології та організації праці [12]. Таке бачення характерне і для класичного визначення.

Атрибутивний підхід зводиться до розгляду інновації як однієї з можливих реакцій підприємства на суспільні потреби та елементу соціально-економічного прогресу.

Предметний підхід стосується цілої сукупності виробів, процедур і методів, що характеризуються певними особливостями. Такий підхід характерний для Р. Т. Лап'єра [11]. На його думку, інновація виражається у: використанні нових видів інструментів або нових принципів використання інструментів; впровадженні нового технологічного процесу або нової процедури; використанні нового виду сировини або матеріалів. На думку М. Портера [4], інновація в широкому розумінні включає поліпшення технології, а також удосконалення способів та методів ведення справ.

Вузький підхід обмежує сферу інновацій науково-технічними та технологічними проблемами. При цьому деякі автори вважають, що інновація – це процес використання нових виробів, технологій, тобто “введення новин”. Так, наприклад, Ю. П. Морозов [7] під інноваціями розуміє прибуткове використання новацій у вигляді нових технологій, видів продукції, організаційно-технічних і соціально-економічних рішень виробничого, фінансового, комерційного або іншого характеру.

А. І. Пригожий [3] вважає, що інновації зводяться до розвитку технології, техніки, управління на стадіях їх зародження, освоєння, дифузії на інших об'єктах. На думку П. Н. Завліна та ін. [11], інновація – це

використання в тій чи іншій сфері суспільства результатів інтелектуальної (науково-технічної) діяльності, спрямованої на удосконалення процесу діяльності або її результатів.

Ряд спеціалістів під інновацією розуміють кінцевий результат у вигляді нової продукції, технологій, методів тощо, що задовольняє конкретні потреби суспільства і дає ряд ефектів. Так, Д. В. Соколов, А. Б. Титов, М. М. Шабанова [8] під інновацією розуміють підсумковий результат створення і освоєння (впровадження) принципово нового або модифікованого засобу, який задовольняє конкретні суспільні потреби і дає ряд ефектів (економічний, науково-технічний, соціальний, екологічний).

Г. Д. Ковальов вважає [10], що інновація є кінцевим результатом інноваційної діяльності, яка одержала реалізацію у вигляді нового або удосконаленого продукту, що пропонується на ринку, нового або удосконаленого технологічного процесу, використовуюваного в практичній діяльності.

На наш погляд, найбільш прийнятним для практичного використання є більш вузький підхід до розуміння інновацій, який враховує, перш за все, науково-технічні та економічні аспекти.

В умовах ринкової економіки методологія системного опису інновацій базується на міжнародних стандартах, остання версія рекомендацій за якими була прийнята в Осло у 1992 р., звідси їх назва – “Керівництво Осло”. Відповідно до міжнародних стандартів інновація визначається як кінцевий результат інноваційної діяльності, який втілюється у вигляді нового або удосконаленого продукту, що був впроваджений на ринку, нового або удосконаленого технологічного процесу, що використовується в практичній діяльності, або в новому підході до соціальних послуг.

Діючі нині міжнародні норми щодо збирання, оброблення і аналізу даних про інновації, встановлені Організацією економічного співробітництва та розвитку, розроблені тільки для технологічних інновацій. Вони охоплюють нові продукти і процеси, а також їх значні технологічні зміни. Нововведення в галузі організації і управління виробництвом, інформаційних технологій, комунальних і соціальних послуг не розглядаються в складі технологічних інновацій. Треба відзначити, що подібне визна-

чення дається також в “Концепції інноваційної політики Російської Федерації на 1998-2000 роки”.

На думку Р. А. Фатхутдінова [9], необхідно розмежовувати поняття “нове” та “інновація”. Нове – це оформлений результат фундаментальних та прикладних досліджень, розробок або експериментальних робіт у будь-якій сфері діяльності з підвищення її ефективності. Такі розробки здійснюються як для власних потреб, так і для продажу.

Нове може оформлюватися у вигляді: відкриття; винаходу; патенту; товарного знаку; раціоналізаторської пропозиції; документації на новий або удосконалений продукт, технологію, управлінський або виробничий процес; результату маркетингових досліджень тощо. Однак головне – впровадити нове, перетворити його в форму інновації, тобто завершити інноваційну діяльність і отримати позитивний результат, а потім продовжити дифузю інновації. Інновація – кінцевий результат впровадження нового з метою одержання економічного, соціального, екологічного, науково-технічного або іншого виду ефекту.

Р. А. Фатхутдінов вважає, що в поняття “інновація” неправомірно включати розроблення інновації, її створення, впровадження і дифузю. Ці етапи відносяться до інноваційної діяльності як процесу, результатом якого може бути нове або інновація. Інновації повинні мати новизну; задовольняти ринковий попит; приносити прибуток виробнику.

Ми погоджуємося з такою думкою, оскільки нове (“новація”) являє собою початковий етап інноваційної діяльності підприємства, а інновація – кінцевий результат реалізації відповідних бізнес-процесів. При цьому комплексний характер інновацій, багатогранність і різноманітність областей і способів їх використання потребує розроблення їх класифікації.

На нашу думку, як на макро-, так і на мікроекономічному рівні вкрай важливо розрізняти базові та стратегічні інновації. З такої точки зору, базова інновація ґрунтується на використанні принципово нових знань або підходів, втілених у розробках, винаходах. Стратегічна ж інновація має своїм результатом економічний, технологічний, соціальний або інший ефект, що має

велике значення для суспільства в цілому і для великих його груп.

На практиці також важливе значення має тривалість інноваційного циклу. Для технологічних інновацій (long inno) він є довгим, для комерційних (short inno, що не є предметом розгляду в цій статті) – відносно коротким.

Крім того, інновації відрізняються за повнотою інноваційного циклу, тобто кількістю здійснюваних етапів підготовки та створення продукту, моменту появи ідеї (відкриття) до її предметного втілення в новому товарі і його тиражування. Справа в тому, що у деяких інноваціях відсутні окремі етапи, фази. Наприклад, до цієї категорії належить придбання підприємством вже розробленого нового регламенту виробництва або нової технології. В цьому випадку виробляється нова продукція без проведення наукових досліджень та створення дослідних зразків.

Інноваційна діяльність здійснюється з метою впровадження науково-технічних досягнень у виробництво і соціальну сферу та включає в себе:

- випуск і розповсюдження принципово нових видів техніки та технологій;
- прогресивні міжгалузеві структурні зсуви;
- реалізацію довгострокових науково-технічних програм з великими термінами окупності витрат;
- фінансування фундаментальних досліджень для здійснення якісних змін у стані виробничих сил;
- розробку та впровадження ресурсозберігаючих технологій, призначених для поліпшення соціального та економічного стану, впровадження критичних технологій для забезпечення безпеки країни [1].

Інноваційна діяльність українських підприємств стримується правовими обмеженнями, а також стійкими організаційно-управлінськими стереотипами. У промисловому секторі спостерігаються тенденції, які можна охарактеризувати такими особливостями:

- перевагою базових продукт-інновацій перед базовими процес-інноваціями, що відповідає специфіці вітчизняної економіки (як свідчить досвід “нових розвинених” країн, прорив до нової техноло-

гічної моделі розвитку починається з базових продуктових інновацій);

- розповсюдженням псевдоінновацій, що призводить до накопичення морально і фізично зношеного капіталу, що у свою чергу стимулює у подальшому непродуктивні витрати значних фінансових ресурсів (значна частина фінансових ресурсів підприємств використовується для підтримання у працездатному стані морально застарілого обладнання);
- значною питомою вагою поліпшувальних інновацій, зокрема поліпшувальних процес-інновацій – удосконалення діючих технологій замість впровадження нових (практична відсутність так званих “технологічних проривів” консервує фінансові ресурси підприємств та послаблює перспективи базових інновацій).

Головним чинником, що стимулює технологічні зміни, стало забезпечення більшої гнучкості виробництва (43,5 % підприємств). Це пов'язано з необхідністю швидкого пристосування до мінливого попиту на товарних ринках, із загальною невизначеністю перехідного періоду. Економія енергоресурсів і зниження матеріальних витрат виявилися наступними за значущістю чинниками, які стимулюють впровадження технологічних інновацій – відповідно 39,9 і 48,9 % підприємств [6].

Серед чинників, що гальмують засвоєння технологічних і продуктових інновацій в промисловості, можна виділити адекватні економіці перехідного періоду. До них відносяться передусім нестача власних фінансових ресурсів та високі ставки по кредитах комерційних банків, “стиск” внутрішнього попиту і економічний ризик засвоєння нової продукції. Крім того, близько 14 % підприємств зазнають таких проблем, як нестача кадрів необхідної кваліфікації і неготовність технологічно пов'язаних виробництв поставляти комплектуючі та сировину необхідної якості.

Кожне п'яте підприємство стикається з відсутністю необхідних НДДКР та інформації про вітчизняні та іноземні технології. Це свідчить про розбалансованість попиту і пропозиції на ринку інновацій, що є феноменом колишніх соціалістичних країн, і зумовлено як “відсталістю” галузевої і корпоративної науки, так і ембріональним станом інфраструктури трансферу технологій.

Таким чином, до основних чинників стримуючих інноваційний розвиток вітчизняних підприємств слід віднести:

- ♦ відсутність фінансових ресурсів та високі ставки по кредитах комерційних банків;
- ♦ високий економічний ризик при освоєнні нової продукції;
- ♦ відсутність необхідних НДДКР та інформації про нові технології, слабку інфраструктуру трансферу технологій;
- ♦ слабкий рівень розвитку галузевої та внутрішньофірмової науки;
- ♦ відсутність досконалих методичних та методологічних рекомендацій щодо впровадження та управління інноваційною діяльністю та ін.

В цих умовах зростає актуальність таких проблем, як коректна оцінка ефективності інноваційних проектів та формування успішної інноваційної стратегії.

Для зменшення можливих втрат від реалізації інноваційних проектів доцільно проводити їх оцінку, використовуючи декілька рівнів складності: економічної доцільності проекту (просте повернення вкладених засобів без врахування впливу будь-яких додаткових чинників: ризику, інфляції та ін.) та комерційної привабливості (достатності розрахункового прибутку для задоволення підвищених вимог інвестора до доходів в силу венчурності фінансування, покриття виробничих витрат та задоволення потреб розробника).

Інноваційна стратегія компанії може мати такі форми:

- “наступальна” з високим ризиком та високим рівнем окупності (потребує певної кваліфікації у впровадженні науково-технічних нововведень, здатності бачити нові ринкові перспективи та вміння швидко реалізовувати їх у продуктах);
- “захисна” (передбачає невисокий ризик, доцільна для компаній, спроможних отримувати прибуток в умовах конкурентного середовища);
- “поглинаюча” (передбачає придбання компанією найкращих наукових результатів);
- “проміжна” (будується на свідомих зусиллях, спрямованих на уникнення прямої конфронтації).

- “партизанська” (дає змогу застосувати нову технологію, де у компанії є певний досвід, для пропозиції нового продукту на будь-якому ринку тоді, коли дане нововведення зменшує загальний розмір ринку) [5].

При розробленні інноваційної стратегії необхідно враховувати життєвий цикл галузі, що описується тією ж моделлю, що і зростання продуктів. З досягненням зрілості темпи зростання ринку також зменшуються, зростає конкуренція, а прибутковість знижується.

Необхідно також враховувати специфічні види ризиків, що стосуються інноваційної діяльності підприємства. До них належать: ризик неправильно обраного напрямку НДДКР (неправильна оцінка отриманого при фундаментальному дослідженні результату, поганий маркетинг), ризик неправильної оцінки перспектив завершення НДДКР, ризик недостатності матеріально-технічної і кадрової бази, ризик масштабування (неможливість перенесення результату дослідно-виробничої експлуатації на рівень промислової експлуатації), ризик патентної нечистоти, ризик несертифікації.

Інтенсифікація інноваційної діяльності підприємств на мікроекономічному рівні потребує:

- створення національної системи державно-суспільної підтримки розвитку виробництва, підвищення конкурентоспроможності й експорту наукомісткої продукції;
- створення національної інфраструктури сприяння інноваціям;
- стимулювання науково-технічної та виробничо-технологічної кооперації;
- вдосконалення організаційного, нормативно-правового та фінансово-економічного забезпечення та стимулювання інноваційної діяльності, правової охорони промислової власності;
- просування на зовнішні ринки вітчизняної інноваційної продукції.

Таким чином, вирішення перерахованих завдань дасть змогу створити в Україні сприятливе інноваційне середовище, що буде стимулювати товаровиробників до технологічного оновлення виробництва, впровадження передових науково-технічних досягнень, створення конкурентоспроможних товарів та послуг.

ЛІТЕРАТУРА

1. Інноваційна стратегія українських реформ / А. С. Гальчинський, В. М. Геєць, А. К. Кінах, В. П. Семиноженко. – К.: Знання України, 2002. – 326 с.
2. Шумпетер Й. Теория экономического развития. – М.: Прогресс, 1982. – 456 с.
3. Пригожин А. И. Нововведения: стимулы и препятствия. – М.: Экономика, 1989.
4. Портер М. Международная конкуренция: Пер. с англ. / Под ред. В. Д. Щетинина. – М.: Международные отношения, 1993.
5. Фучик М. Социально-экономическое содержание инновации на предприятии // Вестн. Моск. гос. ун-та. – Сер. 6: Экономика. – 1995. – № 1.
6. Статистика науки и инноваций: Краткий терминологический словарь / Под ред. Л. М. Гохберга. – М.: ЦИСН, 1996.
7. Морозов Ю. П. Инновационный менеджмент: Учеб. пособие. – Н. Новгород: Изд-во ННГУ, 1997.
8. Соколов Д. В., Титов А. Б., Шабанова М. М. Предпосылки анализа и формирования инновационной политики. – СПб.: ГУЭФ, 1997.
9. Фатхутдинов Р. А. Инновационный менеджмент: Учебник для вузов. – М.: ЗАО «Бизнес-школа», «Интел-синтез», 1998.
10. Ковалев Г. Д. Основы инновационного менеджмента: Учебник для вузов / Под ред. В. А. Швандара. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 1999.
11. Инновационный менеджмент: Учебник для вузов / С. Д. Ильенкова, Л. М. Гохберг, С. Ю. Ягудин и др. / Под ред. С. Д. Ильенковой. – М.: ЮНИТИ, 2000.
12. Ландик В. И. К вопросу о сущности инноваций и их классификации // Экономика промышленности. – 2000. – № 2.

Стаття надійшла до редколегії 21.02.2003