

Н. В. Добіжа,

к. е. н., доцент, доцент кафедри фінансів і кредиту, Вінницький навчально-науковий інститут економіки Тернопільського національного економічного університету, м. Вінниця

А. І. Гончаренко,

викладач, кафедри фінансів і кредиту, Вінницький навчально-науковий інститут економіки Тернопільського національного економічного університету, м. Вінниця

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВІ

N. Dobizha,

Ph.D., associate professor at the department of finance and credit in Vinnytsia educational & scientific institute of economics of Ternopil National Economic University, Vinnytsia

A. Goncharenko,

lecturer at the department of finance and credit in Vinnytsia educational

& scientific institute of economics of Ternopil National Economic University, Vinnytsia

CURRENT ISSUES OF INNOVATION IN THE ENTERPRISE

У статті визначено та охарактеризовано фактори впливу на впровадження інновацій на підприємстві, розкрито наукові засади інноваційного розвитку підприємств.

In the article we have defined and characterized the factors that influence the implementation of innovations at the enterprise, have discovered the scientific foundations of innovative development of the enterprises.

Ключові слова: інновації, підприємство, стратегія, інноваційна спроможність, конкуренція.

Key words: innovations, enterprise, strategy, innovative capacity, rivalry.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Забезпечення сталого розвитку неможливе без переходу на інноваційний шлях, який є головним чинником ефективності за ринкової системи господарювання та визначається значним нарощуванням власного виробництва.

Конкурентоспроможність українського товаровиробника на світовому продовольчому ринку можлива лише при активізації впровадження інновацій, що в свою чергу є одним з головних аспектів стабілізації економіки та її зростання. Посилення інноваційної діяльності підприємств потребує інвестиційних ресурсів, тому дослідження сильних та слабких сторін підприємства, оцінка інноваційної спроможності та ефективність використання наявних фінансових ресурсів є досить актуальними

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Проблеми інноваційного розвитку вітчизняних підприємств, їх інвестиційного забезпечення знайшли своє відображення в працях І.А. Бланка, В.М. Гейця, Г.В. Даценко, М.П. Денисенка, В.В. Козика, О.Є. Кузьміна, С.В. Оборської, М.Г. Саєнко, Н.М. Сіренко, Л.І. Федулової, З. Є. Шершньової та ін. Втім, нині вирішення вимагають питання формування стратегій підприємств на якісно новій основі, зважаючи на всезростаючу роль інновацій.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Метою статті є аналіз особливостей впровадження інновацій на підприємстві та визначення можливостей і передумов ефективного реалізації стратегії інноваційного розвитку підприємств.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Можливість впровадження інновацій на підприємствах визначається рядом факторів, які акумулюють внутрішні і зовнішні можливості та загрози (табл. 1). Інноваційна спроможність підприємств знаходиться на досить низькому рівні, що здебільшого зумовлюється неефективним управлінням інноваційними процесами та неготовністю до інноваційних змін.

Вирішення цих проблем у процесі реалізації стратегії інноваційного розвитку може успішно забезпечуватися через організаційну культуру як готовність і здатність управлінської команди забезпечувати динамічно-ефективне функціонування організації шляхом створення адаптивно-розвиваючих інноваційних змін в усіх підсистемах на принципах упереджувальної дії. Умовами забезпечення такого підходу, як показують наші дослідження, є:

- агресивність стратегій;
- інтеграція втручання;
- рівень саморегулювання в організації;
- рівень здатності мозкового центру до передбачення напрямів змін;
- рівень готовності команди до змін;
- темпи зростання компетенції кадрів;
- напрями змін на збалансованій основі: в цінностях, у переконаваннях, в технологіях, у філософії мислення та ін. [2].

Державна політика щодо підвищення сприйняття інновацій повинна забезпечувати формування та результативне функціонування системи механізмів, здатних стимулювати попит на інновації з боку товаровиробників, зокрема, купувати інноваційні техніку, технології;

Таблиця 1. Фактори впливу на сприйняття підприємствами інновацій*

Групи факторів	Внутрішньогрупові фактори	Результат дії фактору на сприйняття інновацій переробними підприємствами
1	2	3
Зовнішні фактори	Конкуренція	Стимулювання наукових досліджень, впровадження техніко-технологічних, організаційних та інших інновацій з метою створення конкурентних переваг
	Попит	Попит на наукомістку продукцію в свою чергу породжує попит з боку товаровиробників на інновації, які сприймаються як об'єктивна необхідність, що знижує рівень спротиву їх впровадженню
	Виробничо-технічні фактори	Безперервне оновлення виробничо-технічних факторів створює умови, за яких товаровиробники змушені впроваджувати інновації, щоб досягати комерційного успіху та випереджати в його рівні конкурентів
	Рівень розвитку науково-технічної інфраструктури	Сприяє єдності в цілях діяльності всіх організацій і установ, пов'язаних з інноваційним процесом; розробці інновацій, на які є попит з боку аграрних товаровиробників; швидкому просуванню цих інновацій від розробників до підприємств, які їх впроваджують
	Ставлення керівництва підприємства до інновацій	Розуміння керівництвом стратегічного значення інновацій підвищує рівень їх сприйняття всією організацією
Внутрішні фактори	Відсутність бар'єрів у взаємовідносинах між підрозділами і співробітниками	Підвищення результативності комунікаційної системи сприяє більш ширшому залученню працівників до процесу управління, в результаті чого збільшується кількість раціоналізаторських пропозицій, співробітники відчують власну причетність до інноваційних процесів на підприємстві, краще розуміють стратегічне значення цих процесів
	Рівень самостійності підрозділів	Самостійність сприяє концентрації на певному об'єкті, що зумовлює виникнення пропозицій щодо удосконалення як об'єкта, так і технології. Крім того, скорочується час розгляду проектів, якщо процес концентрується на рівні самостійного підрозділу
	Наявність мотивації в підрозділах і у окремих працівників	Наявність мотивації сприяє розумінню цілей інноваційного розвитку підприємства, а отже частково нівелює негативний вплив спротиву інноваціям
	Рівень гнучкості розгляду інноваційних проектів	Розгляд різнорідних інноваційних проектів дозволяє не лише здійснювати інноваційну діяльність на поточному етапі, а й формувати портфель інноваційних проектів на майбутнє
	Наявність інноваційних підрозділів	Відокремлення спеціалізованого підрозділу забезпечує створення інновацій, в яких підприємство відчуває потребу на основі самостійного аналізу ринкового попиту
	Наявність адаптивного механізму інноваційної реабілітації	Сприяє постійному вдосконаленню впровадженної інновації та забезпечує систему безперервного впровадження інновацій, виходячи з їх життєвого циклу. Крім того, система захищає інновацію підприємства від копіювання, яке зменшує комерційний успіх від її реалізації

Джерело: [1].

нарощувати нематеріальні активи; оновлювати асортимент продукції, підвищуючи її якість; використовувати більш продуктивні біологічні активи тощо. В такому аспекті позитивним є досвід країн ЄС щодо стимулювання інноваційної діяльності: в Португалії, Італії, Іспанії використовуються податкові пільги, за допомогою яких стимулюються всі підприємства, пов'язані з розробленням та впровадженням інновацій; у Фінляндії, Швеції та Німеччині — субсидії і кредити за зниженими відсотковими ставками; у більшості країн ЄС надається державна підтримка підприємствам, які розробляють і реалізують нові товари і технології, так як дана сфера вважається досить ризикованою щодо капіталовкладень [3].

У цілому, вважаємо, що при реалізації інноваційної стратегії на всіх рівнях необхідно враховувати, по-перше, системність зазначеного процесу, а по-друге, базовість інноваційного потенціалу у формуванні всієї системи. З метою забезпечення сприйняття інновацій, управління інноваційною системою повинне також забезпечити оптимальне співвідношення характеристик впроваджуваних інновацій: об'єкт інновацій; рівень радикальності інновацій; рівень адаптивності інновацій; форма сприйняття інновацій; рівень цілісності та/або відокремленості інновації в процесі їх впровадження.

Конкурентне середовище нового ринку має декілька відмітних особливостей, які необхідно враховувати при реалізації стратегії:

1. Не існує правил гри і, питання про те, як функціонувати ринок, відкритий.

2. Більшість ноу-хау знаходяться в приватній власності підприємств-піонерів галузі.

3. Існує невизначеність щодо того, яка технологія виявиться найбільш ефективною і, атрибути товару якого підприємства будуть переважні для покупців. Резуль-

татом цієї невизначеності є нестійка якість товару, відсутність стандартів на продукцію і технології.

4. Підприємства позбавлені цілісної інформації про конкурентів, споживачів, стан галузі і, тому зайняті пошуком власних стратегій, технології виробництва і характеристик привабливості продукції.

5. Існують можливості для зниження витрат виробництва і реалізації продукції за рахунок нових ідей щодо організації виробництва і управління, вдосконалення умов праці і підвищення продуктивності.

6. Для новостворених підприємств відсутні проблеми входження в нову галузь, оскільки вхідні бар'єри незначні за винятком ситуацій, коли необхідні значні інвестиції в нові технології.

7. Можливі труднощі з використовуваною сировиною і матеріалами, які можуть мати місце до тих пір, поки постачальники не пристосуються до потреб нової галузі.

8. Відповідно до умов, перерахованих вище, підприємства, що працюють на новому ринку, поставлені перед фактом значно вищих витрат на першому етапі діяльності в порівнянні з тими, які з'являтимуться у міру зростання обсягу ринку. У зв'язку з цим підприємства потребують значної фінансової підтримки для того, щоб подолати стартові труднощі і одержати перший прибуток [4, с. 392].

Разом з тим, досвід підприємств, що діють на нових ринках, показує, що доцільно оцінити можливості наступних напрямів конкуренції:

1. Використання переваг пріоритету, що відносяться до якості продукту, відносин з постачальниками, особливостям технологій, використовуваної сировини та ін.

2. Пошук нових груп споживачів і територіальних ринків.

3. Формування прихильності споживачів до конкретного товару і його модифікацій, для чого необхідно широко використовувати засоби реклами і стимулювання торгівлі.

4. Швидке і адекватне реагування на появу нових технологій з метою зайняти лідируючу технологічну позицію.

5. Підготовка до моменту проникнення в нову галузь більш потужних підприємств з інших галузей [5].

Аналіз можливостей використання перерахованих заходів не означає повне ігнорування довгострокової перспективи. Необхідно завчасно підготуватися до особливих умов, які виникають при переході до більш зрілого ринку, з сильною конкуренцією за частку ринку. Турбота про короткострокове зростання повинна бути збалансована з довгостроковими потребами в побудові добре захищених ринкових позицій. Уповільнення темпів розвитку, часто з об'єктивних причин, викликає фундаментальні зміни в середовищі конкуренції:

1. Сповільнюється зростання купівельного попиту, що породжує боротьбу, що посилюється, за частку ринку шляхом зниження цін, збільшення об'єму реклами і інших агресивних заходів.

2. Скорочується зростання виробництва за рахунок насичення ринку, з одного боку, і необхідністю мінімізувати надлишки готової продукції — з іншою. Менші обсяги виробництва, як правило, викликають збільшення питомої собівартості продукції.

3. Споживачі стають вимогливішими і більше уваги приділяють ціні і рівню сервісу. Стимулювання повторних (багатократних) покупок вимагає значних витрат.

4. Складніше відбувається інноваційний розвиток.

5. Унаслідок технологічної зрілості, стандартизації товарів і підвищеної уваги до дешевого виробництва. з'являється тенденція до посилення конкуренції. Підприємства, що зростають, шукають нові ринки збуту і зацікавлені у виробництві товарів в тих країнах, де воно є дешевшим.

6. Посилення конкуренції викликає велику кількість придбань і злиття серед колишніх конкурентів, що приводить до відходу з галузі деяких підприємств і підвищує концентрацію виробництва [4. с. 392].

Перераховані характеристики зумовлюють потребу переглянути стратегію. За умови перегляду своїх установок і поглядів необхідно особливу увагу приділити наступним проблемам:

1. Детальний аналіз скорочення витрат виробництва і реалізації продукції. Це одна з найважливіших умов для того, щоб, з одного боку, уникнути збиткових проєктів (які згубні для підприємства за таких умов) і, з іншою — направляє діяльність на ті групи товарів, де підприємство має досвід або відносні переваги перед конкурентами.

2. Ціноутворення, що базується на цінній політиці конкурентів.

3. Зміщення акценту інновацій на зниження витрат. Уповільнення темпів зростання ринку примушує більше приділяти уваги зниженню витрат, що підвищує важливість процесу технологічних інновацій.

4. Збільшення обсягів продажів "своїм" покупцям.

5. Придбання підприємств за вигідними цінами.

6. Вихід на зовнішні ринки може принести додаткові обсяги продажів за рахунок дешевої робочої сили і сировини, сучаснішої технології і інших чинників розміщення бізнесу.

Враховуючи перераховані характеристики, необхідно детально проаналізувати можливість використання наступних стратегій:

1. Концентрація на обслуговуванні конкретного сегменту ринку шляхом визначення, створення і використання сегментів, що ростуть, усередині застійного ринку.

2. Прагнення до інновацій, що відкривають можливість нецінової конкуренції.

3. Підвищення ефективності виробництва і збуту за рахунок зниження собівартості. Шляхи досягнення

низьких витрат в умовах стагнації ринку можуть включати: підвищення ефективності виробництва за рахунок інноваційних чинників; вдосконалення технологій: використання значної кількості каналів збуту для зниження витрат реалізації.

Ці умови відповідають принципам стійкого соціально-економічного розвитку і їх врахування в процесі реалізації інноваційно-інвестиційної стратегії гарантуватиме гармонійне поєднання економічного піднесення країни і галузі з одночасним покращенням соціально-екологічних умов життя суспільства.

ВИСНОВКИ

Таким чином, розроблення та реалізація стратегії інноваційно розвитку повинна враховувати ряд аспектів, які забезпечать їх адекватність умовам та дієвість, зокрема: 1) первинність інновацій, які сформують інноваційний тип мислення; 2) раціональне поєднання економічного та соціально-екологічного ефектів від реалізації моделі інноваційного розвитку; 3) етапність реалізації моделі; 4) необхідність подальшої реструктуризації підприємств в напрямі їх укрупнення й інтеграції; 5) переорієнтації України із сировинної країни на країну, яка постачає на зовнішні ринки безпечну і екологічно чисту продукцію.

В умовах прискореного руху глобалізаційних і трансформаційних процесів одним із головних завдань є розроблення концепції інноваційного розвитку, визначення пріоритетних експортних галузей, які забезпечать соціально-економічний прорив країни, та формування адаптивної системи управління цими процесами. Такий підхід є найбільш обґрунтованим з наукової точки зору і в його основі лежить реалізація інноваційно-інвестиційної стратегії розвитку переробних підприємств і комплекс принципів адаптивного управління інноваційним розвитком.

Література:

1. Сіренко Н.М. Управління інноваційною системою аграрного підприємства [Текст] / Н.М. Сіренко // Економіка АПК. — 2009. — №9. — С. 43—46.
2. Тарабрін О.Є. Інноваційний розвиток аграрного сектора економіки України в сучасних умовах / О.Є. Тарабрін, І.Г. Піменов [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://inb.dnsgb.com.ua/2011-2/11_tarabrin.pdf
3. Крючко, А. С. Інноваційний тип розвитку в умовах економічної глобалізації / А. С. Крючко [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=199>
4. Ежова Л.Ф. Інформаційний маркетинг: навч. посібн. / Л.Ф. Ежова. — К.: КНЕУ, 2002. — 560 с
5. Азовєв Г.Л. Конкуренція: аналіз, стратегія і практика [Текст]: монографія / Г.Л. Азовєв. — М.: Центр економіки і маркетингу, 1996. — 208 с.

References:

1. Sirenko, N.M. (2009), "Management of the innovation system for agricultural enterprises", *Ekonomika APK*, vol. 9, pp. 43—46.
2. Tarabrin, O.Ye. and Pimenov, I.G. (2011), "Innovative development of the agricultural sector of Ukraine in modern conditions", available at: http://inb.dnsgb.com.ua/2011-2/11_tarabrin.pdf (Accessed 20 July 2016).
3. Kriuchko, L.S. (2010), "An innovative type of development in the context of economic globalization", *Efektivna ekonomika*, available at: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=199> (Accessed 20 July 2016).
4. Yezhova, L.F. (2002), *Informatsijnyj marketynh* [Informational marketing], KNEU, Kyiv, Ukraine.
5. Azoev, H.L. (1996), *Konkurentsia: analiz, stratehiia i praktyka* [Competition: analysis, strategy and practice], Tsentr ekonomiky i marketynhu, Moscow, Russia.

Стаття надійшла до редакції 26.07.2016 р.