

Лівощко Т.В., к.е.н., доцент
доцент кафедри економіки підприємства
Дворніченко Д.С.
Запорізька державна інженерна академія
ep.zgia@gmail.ru

ІННОВАЦІЇ ТА ІННОВАЦІЙНА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА: ПРИНЦИПИ ФОРМУВАННЯ ТА МЕХАНІЗМИ РЕАЛІЗАЦІЇ

Лівощко Т.В., Дворніченко Д.С. Інновації та інноваційна політика підприємства: принципи формування та механізми реалізації. У статті розглядається визначення сутності інновації і інноваційної політики підприємства, розглянута класифікація та життєвий цикл інновації, сформульовані загальні принципи формування та етапи реалізації інноваційної політики підприємства.

Лівощко Т.В., Дворніченко Д.С. Инновации и инновационная политика предприятия: принципы формирования и механизм реализации. В статье рассматривается определение сущности инновации и инновационной политики предприятия, рассмотрена классификация и жизненный цикл инновации, сформулированы общие принципы формирования и этапы реализации инновационной политики предприятия.

Livoshko T., Dvornichenko D. Innovations and enterprise innovation policy: building principles and implementation arrangements. The article views the main point of innovation, its classification and lifecycle and states general building principles of enterprise innovation policy as well as their implementation stages.

Вступ. Для забезпечення постійного оновлення продукції і вдосконалення виробничих процесів на підприємстві слід постійно виявляти поточні та майбутні проблеми, пов'язані із зміною життєвого циклу продукції й технології. Це означає здійснення пошукової інноваційної діяльності в різних напрямках з виділенням окремих інноваційних проектів, пріоритетних на час їх актуалізації. Управління сукупністю інноваційних процесів визначає інноваційну політику підприємства, яка формується на основі певних принципів і встановлює зв'язок між розвитком підприємства і напрямками його інноваційної діяльності. Інноваційна політика підприємства повинна враховувати особливості тієї галузі, до якої воно належить.

Необхідність розроблення інноваційної політики підприємства (далі ІПП) обумовлена потребою в стратегічному управлінні інноваційною діяльністю. За умов стрімкого науково-технічного прогресу своєчасне та оперативне впровадження інновацій забезпечує гнучкість, маневреність підприємства, його здатність пристосуватися до мінливого оточення (технічного, організаційного, господарського, політичного, культурного та ін.). Тому інноваційна політика

підприємства має передбачати послідовну цілеспрямовану комплексну інноваційну діяльність щодо зміни будь-якого із елементів бізнесу.

Аналіз досліджень і публікацій. Теоретичним основам формування та реалізації ІПП приділяли увагу багато вчених, зокрема: О. Лапко, О. Мазур, В. Марцин, С. Онишко, О. Притикіна, Ю. Стасюк, О. Щипанова, М. Чечетов, М. Шарко, М. Якубовський та інші. Вони сформувавши базові теоретичні положення сутності, структури, механізму реалізації ІПП на сучасному етапі розвитку, запропонували критерії оцінки її ефективності. Узагальнюючи результати проведених у цій сфері досліджень, можна сформулювати такий основний критерій необхідності інтенсифікації економічних процесів: для ліквідації гальмівних факторів розвитку економіки слід здійснити низку кроків щодо сприяння підвищенню рівня інноваційної активності з метою забезпечення зростання конкурентоспроможності вітчизняної продукції на основі освоєння науково-технічних досягнень та оновлення виробництва[5].

Для цього, насамперед, необхідно розробити заходи щодо формування ефективної та прагматичної ІПП, її реалізації та інформатизації. Наявність зазначених проблем й обумовило мету дослідження.

Мета даної статті полягає у дослідженні поняття інновацій підприємства, їх класифікацію та період життєвого циклу, визначення сутності ІПП та принципів її формування.

Результат дослідження. Інноваційна діяльність (англ. – нововведення) – це діяльність, спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок, випуск на ринок нових конкурентоспроможних товарів і послуг.

Інноваційна діяльність є невід’ємною частиною виробничо-господарської діяльності підприємства, зорієнтованої на оновлення та вдосконалення його виробничих сил і організаційно-економічних відносин.

Об’єктом інноваційної діяльності є інновація. Слід розрізняти терміни «новація» та «інновація».

Новація (лат. – оновлення, зміна) – продукт інтелектуальної діяльності людей, оформлений результат фундаментальних, прикладних та експериментальних досліджень у будь-якій сфері людської діяльності, спрямований на підвищення ефективності виконання робіт.

Новації постають як відкриття, винаходи, нові або вдосконалені процеси, структури, методики, стандарти, результати маркетингових досліджень тощо. Однак усвідомлення цінності інновацій, а, значить, доцільності її впровадження, не приходить одразу після її появи. Має пройти певний час, перш ніж хтось побачить потенційну вигоду від впровадження новації та ініціює її виведення на ринок.

Однак поширеним є погляд, згідно якому за основу беруть переклад поняття «нововведення». Трактуювання терміну «інновація» ґрунтується на концепції Й. Шумпетера, який визначав відкриття, винахід нового як початкову подію, а інновацію, тобто впровадження заходу – як завершальну подію, розглядаючи інновацію з погляду економічного застосування.

Інновація – кінцевий результат інноваційної діяльності, що отримав втілення у вигляді виведеного на ринок нового чи вдосконаленого продукту, технологічного процесу, що використовується у практичній діяльності [2, с. 7].

Закон України «Про інноваційну діяльність» трактує інновацію таким чином: «Це новостворені і вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція чи послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і соціальної сфери» [1]. У зазначеному Законі сказано, що об'єктами інноваційної діяльності є:

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

Інноваційна діяльність підприємств – це не лише розв'язання технічних завдань щодо створення нового продукту, нової технології чи удосконалення наявних, а й відбір перспективних науково-технічних досягнень, своєчасне патентування винаходів, просування наукомістких товарів на ринок.

ІПП полягає у розробці шляхів і механізмів упровадження і використання інновацій у виробничій практиці з метою забезпечення розвитку економіки і підвищення її ефективності.

ІПП має визначати напрями його змін відповідно до вимог зовнішнього середовища, окреслювати коло можливих інноваційних рішень, формувати інноваційні завдання залежно від типу обраної стратегії, створювати умови для оперативної реалізації інновацій.

Тобто, ІПП має бути спрямована на створення умов для:

- 1) формування підходів до визначення позиції підприємства на ринку і напрямків його діяльності відповідно до ринкових тенденцій;
- 2) прогнозування, формування програмно-цілевих підходів до прийняття інноваційних рішень з метою обґрунтування та організаційного супроводу розробленої на перспективу концепції розвитку підприємства;
- 3) проведення робіт щодо вдосконалення існуючої технології та організації виробництва продукції, створення технологічної бази, яка уможливлуватиме в подальшому гнучкішу, швидшу та ефективнішу реакцію на інновації, вимоги і потреби ринку;
- 4) підвищення ролі людського фактора, стимулювання, мотивація до інноваційної діяльності, що забезпечить розвиток персоналу, підвищення його професіоналізму, вміння вирішувати інноваційні проблеми, посилить інтерес колективу до інновацій, підвищить рівень креативності інноваційних ідей.

Перша класифікація інновацій, яка стала класичною і використовувалася до кінця 60-х років ХХ ст., належить Й. Шумпетеру. Вчений виділив 5 інновацій [2, с. 13]:

- виробництво нового продукту або продукту з якісно новими властивостями;
- впровадження нового засобу виробництва, в основу якого покладено нове відкриття або новий підхід щодо комерційного використання продукції;
- освоєння нового ринку збуту певною галуззю;
- залучення нових джерел сировини та напівфабрикатів;
- впровадження нових організаційних форм.

На сучасному етапі інновації підприємства класифікують за різними ознаками:

1. За змістом діяльності: технологічні, виробничі, економічні, торговельні, соціальні, управлінські.

2. За ступенем новизни виділяють: базові (поява нового способу виробництва чи раніше невідомого продукту, які започатковують або дають імпульс розвитку нової галузі); поліпшувальні (упровадження нових видів виробництв, що реалізують інноваційний потенціал базової інновації; вони дають змогу поширювати і вдосконалювати базові покоління техніки, створювати нові моделі машин і матеріалів, поліпшувати параметри продукції, що випускається), псевдоінновації (інновації, які залучаються фірмами у технологічний процес чи продукт, щоб затримати зниження норми прибутку і продовжити життєвий цикл поліпшувальної інновації, наприклад зміна дизайну товару, матеріалу, з якого він виготовляється; зміна способу рекламування тощо).

3. За сферою діяльності підприємства: інновації на вході в підприємство як систему (те, що надходить у виробництво); інновації на виході з виробництва; інновації у структурі підприємства (цільові зміни).

4. За інтенсивністю інноваційних змін: інновації нульового порядку (зберігає і оновлює існуючі функції і частини); першого (кількісна зміна); другого (перегрупування чи організаційні зміни); третього (адаптаційні зміни); четвертого (новий варіант – найпростіша якісна зміна); п'ятого (нове покоління); шостого (новий вид); сьомого (новий рід).

5. За рівнем об'єктивного та суб'єктивного сприйняття: абсолютна новизна; відносна новизна; умовна новизна; суб'єктивна новизна.

6. За причинами виникнення: реактивні (реакція на нові перетворення); стратегічні (отримання конкурентних переваг).

Життєвий цикл інновацій – період від зародження ідеї, створення новинки та її практичного використання до моменту зняття з виробництва.

За своїм характером життєвий цикл інновації відповідає типовому життєвому циклу товару і проходить етапи розроблення, просування на ринок, зростання, зрілості та занепаду, які характеризуються різним співвідношенням витрат, пов'язаних з розробленням та виведенням новинки на ринок, і доходів від її продажу.

Тривалість життєвого циклу інновації залежить від внутрішніх чинників, що обумовлюють здатність підприємства-інноватора прискорити процес перетворення ідеї на матеріалізований продукт, придатний до комерційного впровадження, і зовнішніх, які формуються співвідношенням попиту і пропозиції і впливають на тривалість комерційного використання [2, с. 15].

Етап розробки. Включає стадії зародження ідеї, проведення науково-дослідних дослідно-конструкторських робіт для перетворення ідеї на придатний для промислового виготовлення продукт, розроблення технології його виробництва.

Етап виведення на ринок. На цьому етапі відбуваються налагодження технологічного процесу, випуск пробної партії та її ринкова апробація, формування стратегії та каналів збуту. На цьому етапі прибуток відсутній, оскільки витрати перевищують доходи від продажу.

Етап зростання. Період швидкого сприйняття нового товару ринком і швидкого зростання прибутків.

Етап зрілості. Характеризується уповільненням темпів збуту внаслідок придбання товару більшістю покупців. Товар перестає бути новинкою. Прибуток стабілізується або зменшується у зв'язку зі зростанням витрат на його захист від конкурентів. Цим етапом життєвий цикл інновації фактично завершується.

Етап занепаду. Різке падіння збуту і зниження прибутків. Товар знімають з виробництва.

Складовими інноваційної політики вважаються[3]:

- маркетингова політика;
- політика в галузі науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт;
- політика структурних змін;
- технічна політика;
- інвестиційна політика.

Маркетингова політика має на меті формування тактики і стратегії поведінки підприємства на ринку. Опрямована на вирішення таких завдань: визначення процедур і періодичності маркетингових досліджень; розроблення товарної, цінової, збутової, комунікаційної, сервісної політики і створення механізмів їх реалізації; аналіз ефективності здійснюваної політики. Проведення маркетингових досліджень дає змогу вивчити структуру товарного ринку і прийняти рішення щодо форм і методів розвитку конкурентного середовища на ньому. Результатом буде вирішення головного завдання підприємницької діяльності – забезпечення виготовлення підприємством необхідної споживачам продукції, яка знайде позитивний відгук і сформує попит у максимально можливої їх кількості за умови економічно обґрунтованих цін.

Політика в галузі НДДКР. Її завданнями є: визначення наукового потенціалу підприємства; розроблення науково-технічної політики з урахуванням результатів маркетингових досліджень; формування технологічної політики; створення механізмів реалізації науково-технологічної політики і оцінювання її результатів.

Політика структурних змін зорієнтована на вивчення внутрішнього середовища та організаційної форми підприємства, формування адекватної інноваційним завданням організаційної структури і культури підприємництва. Організаційна структура і культура підприємництва тісно взаємопов'язані і формують структуру відносин між працівниками підприємства. Цим елементам належить вирішальна роль на стадії розроблення механізму впровадження новачій і безпосередньо на стадії впровадження. Отже, необхідно дослідити рівень розвитку культури підприємства та відповідність організаційної структури цілям і завданням підприємства; розробити рекомендації щодо формування їх відповідного стану для здійснення інноваційної політики; передбачити механізм реалізації таких перетворень; сформулювати політику розвитку персоналу; розробити методику оцінювання культури підприємництва та відповідність організаційної структури щодо реалізації завдань інноваційного розвитку.

Технічна політика визначає можливості впровадження новачій. Завданнями технічної політики є вивчення можливостей виробництва і вимог до нього та, за необхідності, усунення виявлених невідповідностей; розроблення напрямів технічного переоснащення (оновлення) основних засобів підприємства; створення механізму реалізації заходів, спрямованих на вдосконалення техніко-технологічного стану підприємства; аналіз та оцінювання ефективності здійснюваної технічної політики.

Інвестиційна політика охоплює всі фінансово-економічні аспекти функціонування підприємства, що забезпечують реалізацію інноваційної політики. Спрямована на управління грошовими потоками на підприємстві з метою накопичення коштів, необхідних для реалізації інноваційних проектів.

Елементи інноваційної політики перебувають у постійній обопільній взаємодії. Кожен із них може ініціювати різні інновації, спрямовані на вирішення проблем у певній функціональній сфері. Так, виважена маркетингова політика дає змогу оперативно реагувати на зміну вимог споживачів, науково-технічна – на технологічні зрушення, що потребують радикальної зміни техніко-технологічної бази, технічна – дає змогу виявити можливості наявної техніки щодо диверсифікації виробництва чи збільшення виробничої потужності тощо. Висока культура підприємництва розвиває творчий потенціал персоналу, активізує його дії щодо інновацій на робочих місцях, мотивує до участі у розробленні масштабних інноваційних проектів.

Отже, створення і упровадження інновацій є процесом, до якого залучають усі внутрішні структурні одиниці. Їх постійна взаємодія дає змогу реалізувати інноваційні рішення у заплановані терміни і в межах виділених ресурсів. Потреба у взаємодії функціональних служб підприємства, відповідальних за реалізацію складових інноваційної політики, змінюється залежно від стадії життєвого циклу інновації.

Основні етапи інноваційного процесу на підприємстві:

- 1) генерація ідей;
- 2) розробка задуму і його попереднє оцінювання;
- 3) аналіз умов реалізації задуму і витрат на нього;

- 4) конструкторське та технологічне розроблення;
- 5) пробний маркетинг;
- 6) планування та організація процесу виробництва;
- 7) комерційна реалізація [2, с. 13].

Завдання й функції елементів ІПП різні внаслідок розходження галузі інтересів структурних підрозділів підприємства, що реалізують ці елементи. Структура завдань і функції елементів ІПП полягають у вивченні існуючої ситуації, розробці політики, створенні механізмів її реалізації, здійсненні контролю за політикою, коректуванні ходу реалізації політики, аналізі ефективності реалізованої політики.

До розробки ІПП висуваються вимоги, які базуються на певних принципах (рисунок 1) [4].

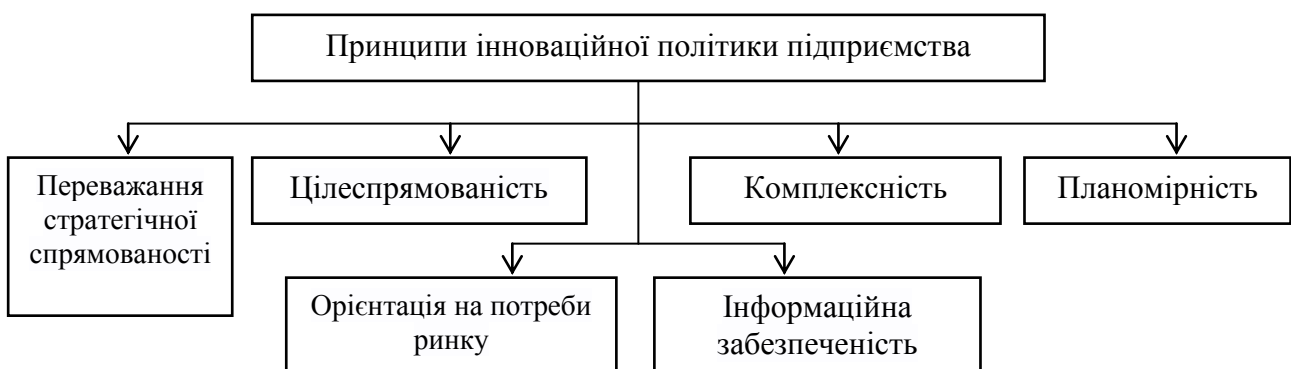


Рисунок 1 – Принципи інноваційної політики підприємства

Перевага стратегічних параметрів інновацій являє собою необхідність прогнозування ситуації, що складається на ринку, і планування розвитку підприємства в довгостроковому періоді. Інноваційна політика потребує від підприємства ретельного привнесення у товар (послугу) у певний момент чи в перспективі, побічно або прямо, те, що дасть цьому товару (послугі) конкурентні переваги на ринку.

Висновки. Таким чином на підприємстві потрібно чітко визначитися, для чого здійснюється інновація. Залежно від того, яка мета поставлена, визначаються методи її досягнення, так само це дає можливість контролювати інноваційний процес відповідно до поставлених цілей. Відсутність мети веде до хаотичного процесу розробки і впровадження інновацій, перешкоджає виконанню принципу комплексності при роботі з інноваціями. Постановка цілей повинна ґрунтуватися на місії підприємства і проведених маркетингових досліджень ринку.

Підприємство являє собою інтегрований механізм, і при розробці інновацій необхідним є урахування усіх внутрішніх його елементів. Для того, щоб не виникла диспропорція в розвитку підприємства, потрібен комплексний підхід до розробки інновації, визначення заходів щодо балансування відносин між підрозділами. З огляду на цей принцип при розробці інноваційної політики, керівництво підприємства має розглядати проблему конкретних інновацій не як

проблему окремого підрозділу, а як процес, що стосується тією чи іншою мірою всі служби підприємства.

При плануванні інновацій необхідно враховувати різну спрямованість інновацій, розходження стадій реалізації і впровадження інновацій, а також розходження в рівні завантаженості підрозділів підприємства. Комплексність при плануванні інновацій передбачає систему координації всіх планів підприємства.

План підприємства має бути скоректований з планом інноваційної діяльності, а також з ринковою ситуацією. Цей принцип координує роботу всього підприємства в період освоєння інновацій, їх реалізації та старіння. Цей принцип передбачає аналіз ефективності інновацій, що на практиці повинен бути необхідним етапом проведення ІПП, оскільки значною мірою сприяє її коректуванню та оптимізації. Заснована на цьому принципі інноваційна політика гарантує підприємству постійне отримання інформації про стан і ефективність інноваційних процесів.

При плануванні інноваційної діяльності підприємства необхідно приділяти велику увагу плануванню відхилень від запланованого перебігу виконання робіт на підприємстві та несподіваним ситуаціям у подальшому під впливом навколишнього середовища. Це дозволить реагувати на такі зміни швидко й чітко.

Підсистема стратегічного планування інноваційної політики забезпечує формування інноваційних цілей підприємства, що спрямовані на досягнення глобальної мети підприємства; оцінку та вибір стратегічних альтернатив відповідно до типу стратегічної конкурентної інноваційної поведінки підприємства; розроблення стратегії відповідно до можливостей підприємства та визначення пріоритетів інноваційного розвитку підприємства з метою підвищення ефективності розподілу інноваційних ресурсів.

Моніторинг і аналіз зовнішніх і внутрішніх чинників ризику потрібен для забезпечення керівництва підприємства інформацією щодо ранжування чинників ризику за імовірністю ризику та ступенем ризику.

ІПП — це симбіоз цілей розвитку і маркетингової діяльності, досліджень і досягнень у науковій та виробничій сферах, управлінських рішень щодо їх впровадження з урахуванням ресурсних обмежень і можливостей підприємства. Завдяки їх оптимальній взаємодії створюються умови для обґрунтованого прийняття та оперативної реалізації ефективних інноваційних рішень на тих сегментах ринку, де працює підприємство. Усі складові ІПП підпорядковуються стратегічним цілям і завданням підприємства. Вона формує його інноваційний потенціал, закладаючи основи для вибору інноваційної стратегії.

Підсумовуючи, зазначимо, що від інноваційної активності підприємства залежить його здатність задовольняти потреби споживачів, стабільне положення на ринку, конкурентоспроможність і в кінцевому підсумку фінансову стійкість, спроможність до виживання. Таким чином, в управлінні інноваційною діяльністю важливу роль відіграє ІПП, елементами якої є наукові

дослідження й дослідно-конструкторські роботи, маркетингова політика, культура підприємництва й організаційна структура.

Список літератури:

1. Про інноваційну діяльність : Закон України. – № 40 – IV від 04.07.2002 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2002. – № 36. – 266 с.

2. Васильєв, О.В. Конспект лекцій «Економіка і організація інноваційної діяльності» (для студентів 4 курсу напряму підготовки 0501 «Економіка і підприємництво» спеціальності 6.050100 «Економіка підприємства») [Текст] / О.В. Васильєв, Н.М. Богдан; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва – Х. : ХНАМГ, 2010. – 100 с.

3. Рудь Н.Т. Економіка і організація інноваційної діяльності [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.lib.lntu.info/books/fb/pesp/2012/12-40/page8>.

4. Захарченко В. І. Інноваційний менеджмент: теорія і практика в умовах трансформації економіки : Навч. посіб. / Захарченко В. І., Корсікова Н. М., Меркулов М. М. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 448 с.

5. Електронний ресурс. – Режим доступу : http://archive.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/svfin/2008_3/16-087.pdf.

Ключові слова: інновація, інноваційна політика підприємства, життєвий цикл інновацій, інвестиційна політика.

Ключевые слова: инновация, инновационная политика предприятия, жизненный цикл инноваций, инвестиционная политика.

Key words: innovation, innovation policy of the company, the life cycle of innovation, investment policy.

Надійшла до редакції 04.11.2013 р.

Рецензент: к.е.н., доцент Бугрім О.Ю.