

УДК 330.34

Захарченко В.І.

*доктор економічних наук, професор,
професор кафедри економіки та управління
Одеського національного університету імені І.І. Мечникова*

Баєв Ю.А.,

аспірант Одеського національного університету імені І.І. Мечникова

МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО РЕАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНО- ІНВЕСТИЦІЙНОЇ МОДЕЛІ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

Прем'єр-міністр України в 2010 р., перераховуючи перші кроки свого уряду, вказав на те, що вони "... розблокували інноваційно-інвестиційну модель розвитку країни" [1, с. 5]. Визначаючи перспективи наступного десятиліття, він також визначає, що "... це робота економіки в умовах створення нових постіндустріальних галузей, перетікання левої частки валового внутрішнього продукту у високотехнічне виробництво і сферу послуг".

У Великому економічному словнику інновація визначається як "вкладення коштів в економіку, що забезпечує зміну поколінь техніки і технології" [2, с. 317].

Терміни «інновація» і «інноваційний процес» не однозначні, хоч і близькі, а при цьому інноваційний процес пов'язаний із створенням, освоєнням і поширенням інновацій. Творці інновації (новатори) керуються такими критеріями, як життєвий цикл виробу й економічна доцільність. Їхня стратегія спрямована на те, щоб перевершити конкурентів, створивши нововведення, що буде визнано унікальним у певній області.

Прикладом такого нововведення може служити розробка новаторської системи структури підприємства, для забезпечення прискореного розвитку якій необхідна відповідна організаційно-економічна підструктура науково-технічної та інноваційної діяльності підприємства. Вона має бути спрямована на досягнення конкретної мети, мати відповідні механізми, формуватися і діяти на основі певних принципів. Як системний об'єкт така структура повинна володіти власною структурою і входити складовою частиною в якусь велику по відношенню до неї систему. Ключовим принципом формування такої структури є побудова на підприємстві цілісної системи комплексів, що охоплює весь цикл здійснення виробничої діяльності (рис. 1).

Кінцевою метою формування структури має бути не просто створення конкретним господарюючим суб'єктом умов для більш ефективного ведення ним науково-технічної та інноваційної діяльності, а також подолання спаду виробництва підприємства, його структурна перебудова і зміна номенклатури продукції, що випускається, підвищення її конкурентоздатності і привабливості для внутрішнього і зовнішнього ринків, створення нових робочих місць, розвиток економічного потенціалу.

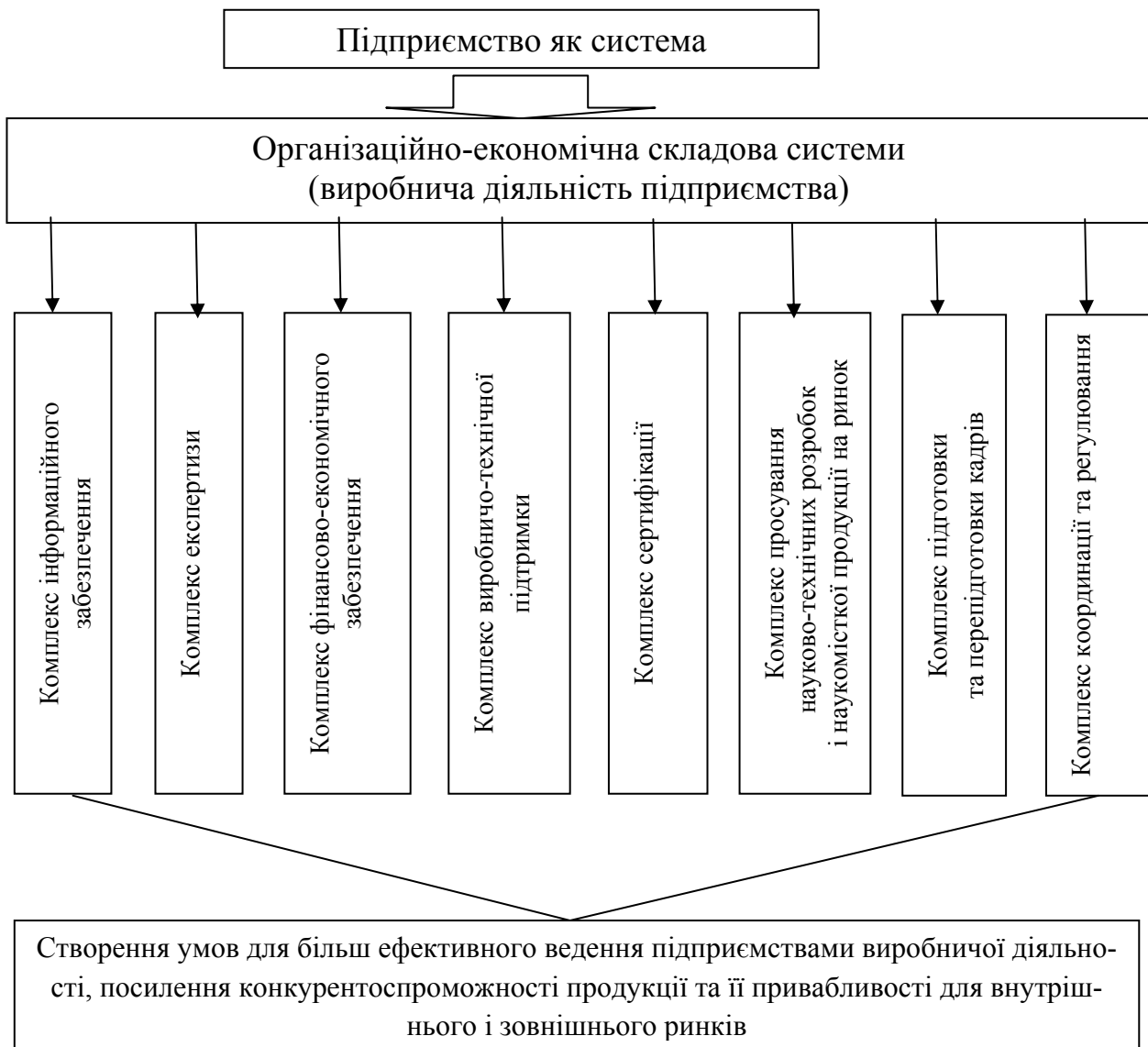


Рис. 1. Системний похід до формування і розвитку економічного потенціалу підприємства

При написанні статті використовувалися дослідження Є.В. Лапіна [6], М.М. Меркулова [7], Л.І. Федулової [8], С.В. Філіппової [9].

Побудова на підприємстві структури науково-технічної та інноваційної діяльності можливе на основі розподілу різних типів організаційних елементів по комплексах, яка є складовими інфраструктури як єдиної системи [9].

Слід зазначити, що нововведення виступають як проміжний результат науково-виробничого циклу і в міру практичного застосування перетворюються в науково-технічні інновації. Науково-технічні розробки і винаходи є додатком нового знання з метою їх практичного застосування, науково-технічні ж інновації (НТІ) є матеріалізацією нових ідей і знань, відкриттів, винаходів і науково-технічних розробок у процесі виробництва з метою їх комерційної реалізації для задоволення певних запитів споживачів. Комерційна реалізація стосовно інновації виступає як потенційна властивість, для досягнення якої необхідні певні зусилля [4].

В умовах ринкових відносин підприємству необхідно здійснювати безперервну новаторську діяльність, яка обумовлена підтриманням конкурентного статусу, а також природою і характером його функціонування, коли в умовах науково-технічного прогресу відбуваються знос і старіння основних виробничих фондів, застосовуваних технологій, організаційних і управлінських структур.

Виробничий процес підприємства коротко можна визначити як сукупність послідовних дій по створенню і впровадженню нових або вдосконалених технологій. Ці процеси вимагають залучення багатьох функціональних сфер, в тому числі служби НДДКР, маркетингу, фінансів, персоналу. Структурно-економічний потенціал підприємства може бути розглянутий як з точки зору ресурсної компоненти, що характеризує можливості окремих ресурсів для здійснення інноваційної діяльності, так і результативною компоненти, що відбиває результат реалізації використання ресурсних можливостей, тобто характеризує досягнутий рівень інноваційного потенціалу підприємства.

Розрізняють три логічних форми виробничого процесу: простий (натуральний), простий міжорганізаційний (товарний) і розширений. Простий ВП припускає створення і використання нововведення усередині однієї і тієї ж організації. При простому міжорганізаційному ВП нововведення виступає як предмет купівлі-продажу. Така форма ВП означає відділення функції творця і виробника нововведення від його споживача. Розширений ВП проявляється у створенні все нових і нових виробників нововведення, порушенні монополії виробника-піонера, що сприяє через взаємну конкуренцію удосконалюванню споживчих властивостей товару. Якщо нововведення (а інновацію можна розглядати як нововведення, тому що інновація, як впливає з вищесказаного, обов'язково повинна мати новизну) є технологічним процесом, його виробник і споживач можуть поєднуватися в одному господарському суб'єкті. В окремих випадках нововведення ототожнюють з нововведеннями, що, на наш погляд, не суперечить внутрішньому змісту визначення. По мірі перетворення ВП у товарний, виділяють дві його органічні фази: а) створення та розповсюдження; б) дифузія нововведення. Перша в основному включає послідовно етапи наукових досліджень, дослідно-конструкторських робіт, організацію досвідченого виробництва та збуту, організацію комерційної реалізації. На першій фазі ще не реалізується корисний ефект нововведення, а тільки створюються передумови такої реалізації. На другій фазі суспільно-корисний ефект перерозподіляється між виробниками нововведення (ВН), а також між виробниками і споживачами.

ВП, крім того, має циклічний характер, що демонструє хронологічний порядок появи нововведень у різних областях. Звідси інновація – це такий техніко-економічний цикл, в якому використання результатів сфери досліджень і розробок безпосередньо викликає технічні й економічні зміни, які надають зворотний вплив на діяльність цієї сфери, що підтверджується різними концепціями довгих хвиль Н.Д. Кондратьєва, І. Шумпетера та ін..

У міру розвитку діяльність, що становить ВП, розпадається на окремі ділянки, які різняться між собою і матеріалізується у вигляді функціональних організаційних одиниць, відокремлених внаслідок розподілу праці, що в загальному випа-

дку можна представити в розгорнутому вигляді, і тоді модель ВП буде виглядати так:

$$\text{ФД} - \text{ПД} - \text{РІ} - \text{Пр} - \text{Б} - \text{ОС} - \text{ПВ} - \text{М} - \text{Зб} - \text{ФО} - \text{РП} - \dots - \text{P}_n, \quad (1)$$

де ФД – фундаментальні дослідження; ПД – прикладні дослідження; Р – розробка; Пр – проектування; Б – будівництво; ОС – освоєння; ПВ – промислове виробництво; М – маркетинг; Зб – збут; ФО – фірмове обслуговування [5].

Аналіз цієї моделі показує, що існує зв'язок між різними її елементами. Зокрема, це більш тривалий цикл ФД – ОС щодо елементів ПВ – Зб.

Отже, вирішення питань розробки інновацій потребує на стадії ФД – ОС ємних нововведень, значної кількості учасників, що необхідно враховувати при розрахунку економічної ефективності розробки і впровадження інновацій.

Сутність моделі ПВ передбачає таку структуру управління формуванням і розвитком економічного потенціалу підприємства (рис. 2).

Модель передбачає розробку базової стратегії розвитку підприємства, визначення інноваційних цілей підприємства, аналіз фактичного стану економічного потенціалу, розробку інноваційних проектів підприємства, інтеграцію інноваційних проектів у загальну інноваційно-інвестиційну програму підприємства.

Аналіз фактичного стану економічного потенціалу підприємства проводиться на основі сукупності показників, що відображають його ресурсну і результативну компоненти. Цим визначається здатність підприємства до здійснення інноваційної діяльності. Для оцінки рівня достатності потенціалу підприємства пропонується критерій, що характеризує прикордонні параметри його задовільного і незадовільного стану [3].

При визначенні переліку показників та їх граничних характеристик, застосовуваних для характеристики рівня економічного потенціалу машинобудівного підприємства, необхідно враховувати, що набір показників повинен бути дворівневим, тобто складатися з узагальнюючих і приватних показників. Перші з них виступають базовими характеристиками і вимагають визначення граничних станів, другі відіграють допоміжну роль і служать в основному для пояснення виявлених тенденцій економічного розвитку підприємства.

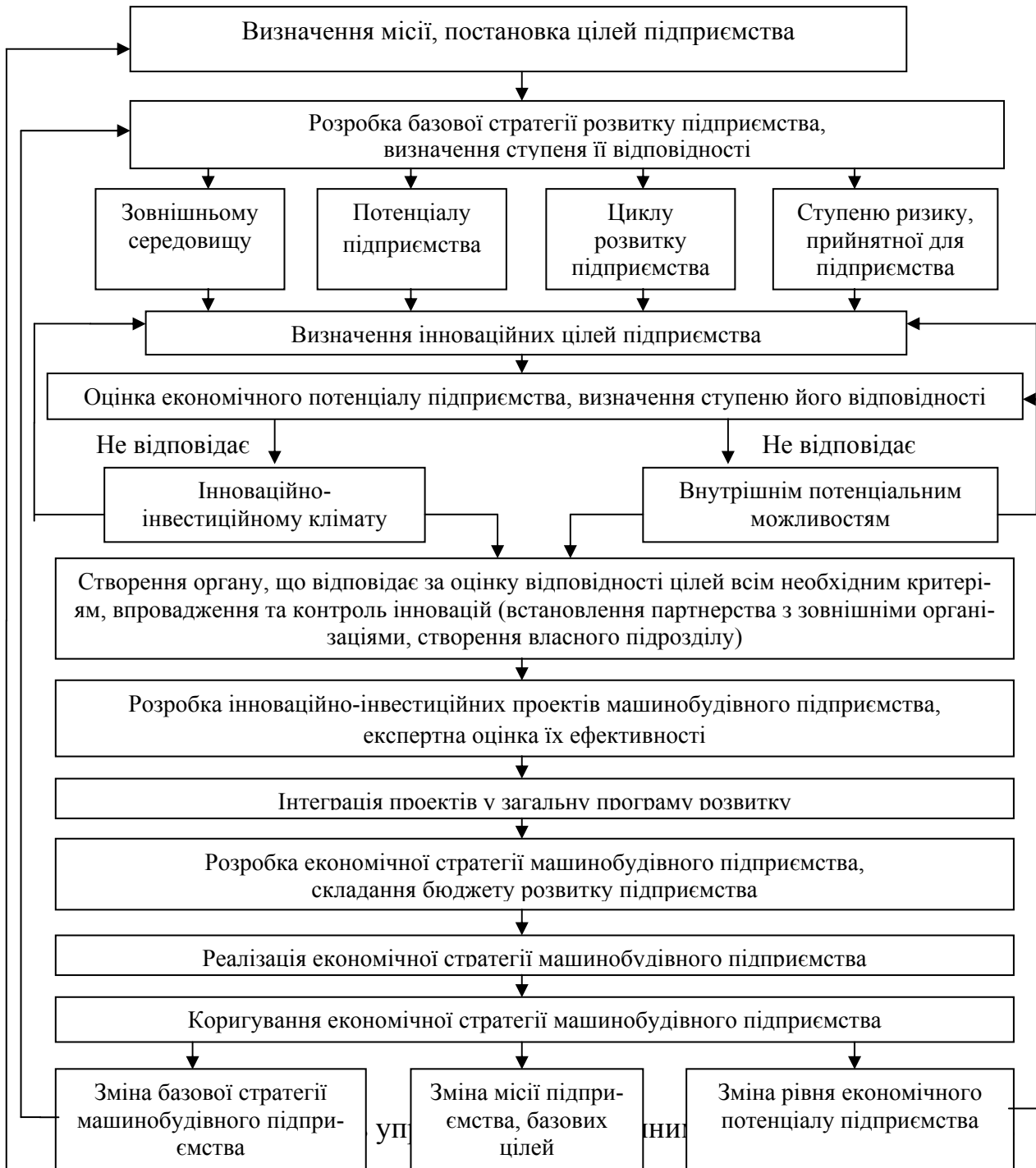
Запропонована модель розвитку економічного потенціалу підприємства дозволить забезпечити формування, оцінку та управління ним, що дозволить проводити попередню оцінку і здійснювати постійний моніторинг економічного потенціалу підприємства.

Загальновідомо, що перехід від однієї якості до другої потребує витрат ресурсів. Процес перекладу новацій (новий порядок, новий звичай, новий метод, винахід, нове введення) в інновацію (innovation – «введення новацій») також потребує витрат різноманітних ресурсів, основними з яких є інвестиції і час [8].

Інноваційно-інвестиційна діяльність становить обмежену частину маркетингової діяльності фірми. Особливо це відноситься до фірм, зайнятим виробництвом наукомісткої продукції. Їх служби НДДКР тісно взаємодіють зі службою маркетингу.

Підрозділи НДДКР стають трансформаторами ідей і розробок, що виходять від споживачів. Вони беруть активну участь у розробці програм маркетингу по

продукту. Між вивченням потреб і НІОКР існує зворотний зв'язок, що дозволяє в процесі НІОКР максимально враховувати вимоги споживачів і коректувати відповідно до них техніко-економічні показники нового виробу з метою їх оптимізації.



Головне в економічній політиці фірми – формулювання основної мети НДДКР, визначення терміну їх проведення, оцінка результатів у вигляді конкретних практичних цілей, скорочення термінів впровадження нових продуктів.

Чітка політика в галузі розробки нових продуктів задає напрямок збору інформації та виробленні пропозицій, що призводить до наполегливому пошуку нових можливостей і створює мотивацію для дослідницьких груп [7].

В умовах ринку як системи економічних відносин купівлі-продажу товарів, у рамках якої формується попит, пропозиція і ціна, основними компонентами ін-

новаційно-інвестиційної діяльності виступають нововведення, інвестиції та інновації. Нововведення формують ринок нововведень (новацій), інвестиції – ринок капіталу, інновації – ринок чистої конкуренції нововведень. Ці три основних компоненти й утворюють сферу інноваційно-інвестиційної діяльності.

Основним товаром ринку є науковий і науково-технічний результат – продукт інтелектуальної діяльності, на який поширюються авторські та аналогічні права, оформлені відповідно до чинних міжнародних, корпоративних та інших законодавчих і нормативних актів.

Ринок нововведень формують наукові організації, вузи, тимчасові наукові колективи, науково-дослідні підрозділи комерційних організацій, самостійні лабораторії і відділи, новатори.

Раніше говорилося, що від інновації до нововведення здійснюється процес з витратами часу і ресурсів. Ринок чистої конкуренції виступає в цьому процесі з двоїстих позицій.

З одного боку, фірми в конкурентній боротьбі змушені підвищувати технічний рівень виробництва, а з іншого, ринок безжально відкидає інновації, що мають велику науково-практичну цінність, якщо вони не відповідають інтересам комерційних організацій. Конкуренція не стільки стимулює, скільки буквально змушує організації йти на ринок інновацій або брати участь у його формуванні.

Визначальною умовою участі на ринку інновацій є обсяг інвестицій, як у сферу науково-технічної діяльності, так і в процес перетворення інновацій в нововведення.

Прикладом може служити Японія. Японські конкуренти дуже уважно вивчають один одного. Компанії активно інвестують у великомасштабні виробництва, часто всі разом і одночасно. Лідери у галузі постійно змінюються. За короткий період часу провідні фірми на ринку факсимільної апаратури змінювалися три рази, фотоапаратів – два. Погоня за модним товаром є основною причиною зміни на національному ринку, оскільки японські споживачі прагнуть встигнути за новітніми і більш престижними моделями. Успіх однієї компанії викликає енергійні заходи у відповідь з боку конкурентів.

Період часу від зародження ідеї, створення і поширення нововведення до його комерційної реалізації називається життєвим циклом інновації. з урахуванням послідовності проведення робіт життєвий цикл інновацій розглядається як інноваційний процес.

У теорії і практиці немає єдиного підходу до складу етапів життєвого циклу продукту. у методології комплексної системи управління якістю продукції (КСУЯП), яка широко використовується в країнах СНД, розглядаються чотири стадії життєвого циклу продукту: дослідження і розробка, виготовлення; звернення і реалізація; експлуатація і споживання.

Відповідно до міжнародної практики (ІСО 9000:2000) життєвий цикл продукту розділений на більш дрібні етапи:

Етап 1. Систематизація ідей.

Етап 2. Відбір виявлених ідей і вироблення ідей нового продукту.

Етап 3. Аналіз економічної ефективності нового продукту, розробка програми маркетингу.

Етап 4. Створення нового продукту.

Етап 5. Тестування на ринку.

Етап 6. Ухвалення рішення про впровадження нового виробу у виробництво (масове, серійне) на основі програми маркетингу по продукту.

Інноваційно-інвестиційна діяльність є потужним важелем, який допомагає подолати спад виробництва, забезпечити його структурну перебудову і наситити ринок різноманітною конкурентною продукцією.

В умовах ринкової економіки керівнику досить мати хороший продукт, він повинен уважно стежити за появою нових конкурентних технологій і планувати їхнє впровадження у своїй фірмі, щоб не відстати від конкурентів.

Одночасно підприємство повинне будувати свою виробничу діяльність за методом інноваційного типу, тобто володіти певним економічним потенціалом, в умовах ринкової економіки своєчасне використання якого дозволить збільшити кількість та якість своєї продукції, забезпечити конкурентоспроможність [6]. Управління виробництвом повинно встигати за змінами, реально відбуваються в дійсності. І чинником такої відповідності управління тим змінам, які відбуваються в економічному житті, науці і техніці, є економічний потенціал управління.

Однією з найважливіших завдань сьогодні стає підвищення інновативності підприємств, а саме: їх здатності чітко і адекватно реагувати на зміни на ринку шляхом випуску нової або удосконалення існуючої продукції, впровадження нових технологій виробництва і збуту, реструктуризації, удосконалення системи внутрішньо фірмового управління та використання новітніх маркетингових стратегій.

Застосування розроблених методичних положень щодо формування і ефективного використання економічного потенціалу підприємства на практиці дозволяє обґрунтовано переглянути стратегічні орієнтири його інноваційно-інвестиційної діяльності та отримати економічний ефект, який виражається в підвищенні рівня економічного потенціалу, зміцненні його позицій на ринку, підвищенні ефективності виробничо-фінансової діяльності. Як результат, новаторська економічна політика стає невід'ємною частиною стратегії сучасних підприємств.

Література

1. Азаров М. Ми прийшли оновити державу// Урядовий кур'єр, 2010. – № 103 – С. 5.
2. Большой экономический словарь / Под ред. А.Н. Азрилияна. – [5-е изд.]. – М.: ИНЭ, 2002. – 1280 с.
3. Захарченко В.И. Оценка инновационного потенциала предприятия /В.И. Захарченко // Ринкова економіка: сучасна теорія та практика управління. – 2008. – Т. 11. – Вип 19. – С. 60 – 69.
4. Захарченко В.И. Измерение инновационной активности предприятия /В.И. Захарченко // Ринкова економіка: сучасна теорія та практика управління. – 2007. – Т. 10. – Вип 15. – С. 42 – 51.
5. Захарченко В.И., Меркулов Н.Н., Ширяева Л.В. Инновационное развитие в Украине: наука, технология, практика : монография /В.И. Захарченко, Н.Н. Меркулов, Л.В. Ширяева. – Одесса: Фаворит, 2011. – 598 с.
6. Лапин Е.В. Экономический потенциал предприятия : монография /Е.В. Лапин. – Сумы: Университетская книга, 2002. – 310 с.

7. Меркулов М.М. Науково-технологічний розвиток і управління інноваціями : монографія / М.М. Меркулов. – Одеса: Фенікс, 2008. – 344 с.
8. Технологічна модернізація промисловості України / За ред. Л.І. Федулової. – К.: ІЕП, 2008. – 472 с.
9. Филиппова С.В. Трансформационные процессы в промышленном производстве в условиях нестабильности : монография / С.В. Филиппова. – Одеса: ОРИГУ НАГУ, 2005. – 420 с.

Анотація

Захарченко В.І., Баєв Ю.А. Методологічні підходи до реалізації економічного потенціалу підприємства в умовах інноваційно-інвестиційної моделі розвитку економіки. – Стаття.

Запропоновано обґрунтування науково-обґрунтованої стратегії підвищення рівня економічного потенціалу підприємства інноваційного типу в умовах реалізації інноваційно-інвестиційної моделі розвитку вітчизняної економіки.

Ключові слова: підприємство, економічний потенціал, стратегія, модель, інноваційно-інвестиційна діяльність.

Аннотация

Захарченко В.И., Баев Ю.А. Методологические подходы к реализации экономического потенциала предприятия в условиях инновационно-инвестиционной модели развития экономики. – Статья.

Предложено обоснование научно-обоснованной стратегии повышения уровня экономического потенциала предприятия инновационного типа в условиях реализации инновационно-инвестиционной модели развития отечественной экономики.

Ключевые слова: предприятие, экономический потенциал, стратегия, модель, инновационно-инвестиционная деятельность.

Annotation

Zakharchenko V.I., Baev Y.A. Methodological approaches to the realization of the economic potential of the company in terms of innovative investment model of economic development – Article.

Proposed rationale for evidence-based strategy to improve economic potential in terms of innovation type of innovative-investment model of development of the national economy.

Key words: enterprise, economic potential, strategy model, innovation and investment activities.