

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА КНИГОВИДАВНИЧИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Досліджено та проаналізовано сучасні тенденції розвитку процесів управління інноваційною діяльністю на підприємствах, з акцентом на книговидавничу галузь. Описано, та визначено: принципи, особливості процесу управління інноваційною діяльністю, з огляду на специфіку діяльності галузі.

Ключові слова: інновації, інноваційна діяльність, управління інноваційними процесами, книговидавничі діяльність.

Інноваційна діяльність визнається у світовій науці та практиці як один з ключових чинників розвитку взагалі і підприємств зокрема. В Україні ж, та особливо у книговидавничій справі, розвиток інноваційної діяльності підприємств на сьогодні має здебільшого інактивний, фрагментарний характер. Тобто, обмеженість інвестиційних ресурсів підприємств та відсутність досвіду організації процесу управління інноваціями призводить до неефективності інноваційних процесів. Проте, не слід забувати, що інноваційна діяльність підприємства характеризується значним ступенем невизначеності кінцевих результатів. Це пояснюється наявністю великого часового лага між поточними витратами на організацію інноваційного процесу та майбутніми вигодами від реалізації продуктів інноваційної діяльності. Тому, недосконалість розроблених принципів і методів управління інноваційними процесами на книговидавничих підприємствах змушують суб'єктів господарювання впроваджувати, здебільшого, короткострокові інноваційні заходи, що не дозволяють ефективно використовувати наявний новітній науково-технічний потенціал.

Дослідження інноваційних процесів на підприємствах та економічних основ управління ними знайшли відображення у працях вітчизняних науковців В. Александрова, А. Амоша, Ю. Бажал, П. Беленький, А. Бодюк, А. Власова, Л. Водачек, О. Водачкова, В. Геєць, Н. Гончарова, М. Долішній, Р. Іванух, С. Ільєнкова, Н. Краснокутська, Л. Колобова, О. Кузьмін, О. Лапко, А. Кутейников, Д. Львов, Б. Патон, С. Покропивний, П. Перерва, Я. Плоткін, А. Перлакі, А. Пригожин, А. Савченко, Б. Санто, Б. Твісс, В. Терехов, М. Чумаченко, А. Чухно О.І. Жилінської та інших.

Однак, незважаючи на наявність значної кількості наукових праць, присвячених питанням управління інноваційною діяльністю підприємства, слід зазначити про недостатнє висвітлення принципів, чинників та методів управління інноваційною діяльністю підприємств, з огляду на специфіку конкретної галузі. Зокрема, необхідно більш глибоко вивчити питання розробки та обґрунтування механізму управління інноваціями підприємств на довгострокову перспективу, при розробці стратегічного плану, з врахуванням тенденцій змін у зовнішньому середовищі. Вирішення цих питань

дозволить інноваційно-активному підприємству ефективно розробляти стратегічні плани та своєчасно корегувати їх.

Метою статті є дослідження особливостей управління інноваційною діяльністю книговидавничих підприємств.

Екстенсивний розвиток ринкових відносин в Україні призвів до того, що забезпечення ефективного функціонування книговидавничих підприємств стало проблемою сьогодні. Тому як наслідок національна економіка, і книговидавничий бізнес, зокрема, проходить переживають далеко не найкращі часи свого буття, знаходяться не в кращому стані, подолання якого вимагає активізації інноваційної діяльності.

Про активну роль інноваційної діяльності в подоланні економічних негараздів з'ясувалось ще в другій половині ХХ ст. Так, відомий вітчизняний науковець Бажал Ю.М. зазначає, що ще в 1957 р. у праці "Технологічні зміни та функція сукупного виробництва" Роберт Соллоу, узагальнивши досвід розвитку промисловості, зауважив, що саме активна інноваційна діяльність підприємств різних форм власності дедалі більше визначає темпи їх економічного зростання. За його підрахунками, валовий національний продукт США в період з 1909 по 1949 рр. збільшився на 87,5% за рахунок "технологічних змін", тобто інновацій [3, с. 17].

Термін "інновація" (з англ. – innovation) означає нове науково-технічне досягнення, нововведення як результат впровадження новизни [7, с. 21].

Узагальнивши теоретичні дослідження, розпочаті українським вченим-економістом світового рівня Михайлом Туган-Барановським, австрійський вчений Йозеф Шумпетер на початку ХХ ст. вперше ввів в науці терміни "інновація" та "інноваційний процес" [6, с. 18].

Слушно вважати, що інновації пов'язані з реалізацією інноваційних процесів. Терміни "інновація" та "інноваційний процес" близькі, але не ідентичні, "інноваційний процес" пов'язаний зі створенням, освоєнням і поширенням інновацій" [6, с. 9]. Необхідно погодитися також з думкою вчених Дж. Брайта і Б. Твісса, що це – "єдиний свого роду процес, який поєднує науку, техніку, економіку, підприємництво та управління у єдине ціле" для одержання суттєвих ефектів і ліпшого задоволення суспільних потреб. Ряд вчених визначає інноваційний процес "як систематичний розвиток і практичне відпрацювання нових ідей" [9, с. 118].

Згідно ж Законом України "Про інноваційну діяльність", інноваціями вважаються – новостворені і вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і соціальної сфери. А до, інноваційної діяльності відносять діяльність, що спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів і послуг [2].

Прискорення темпів науково-технічного прогресу, активізація процесу управління інноваційною діяльністю підприємств можлива через здійснення певних заходів. У галузі науки – це розвиток фундаментальних і прикладних досліджень з

найперспективніших напрямків, скорочення темпів упровадження у виробництво результатів наукових досліджень, підвищення ефективності діяльності науково-дослідних закладів. У галузі техніки – це підвищення якості продукції на базі стандартизації. У галузі виробництва – це впровадження прогресивної організації праці на базі використання комп'ютерної техніки і прогресивних технологій (лазерна, мембранна, плазмова, криогенна, детонаційна, вакуумна), інтенсивне розширення відтворення виробничих фондів та інше. Сукупність даних зв'язків яскраво представлена на логічно-структурній схемі. див. рис.1.

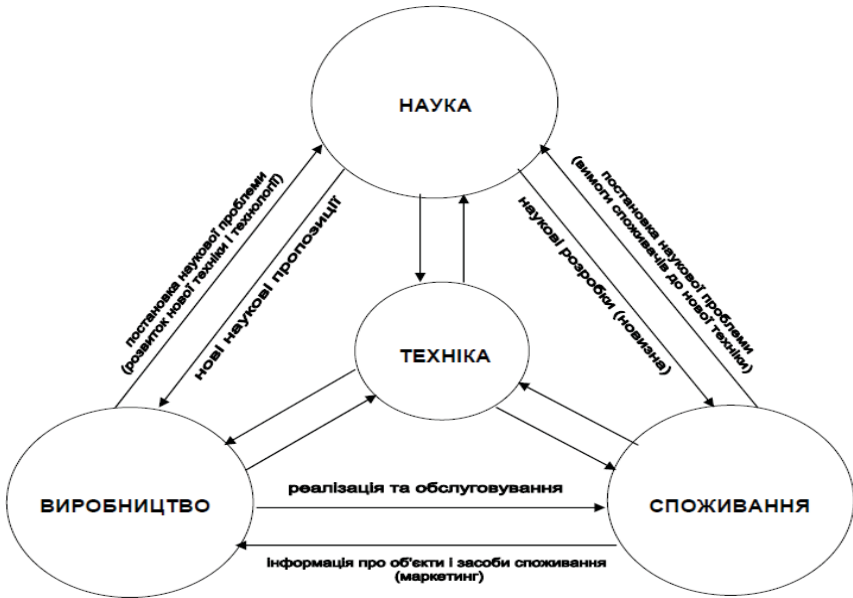


Рис.1. Структурно-логічна схема "Наука-техніка-виробництво-споживання" [8, с. 22]

Вирішення проблеми, забезпечення конкурентоспроможності наукомісткої продукції і підвищення ефективності вітчизняного виробництва повинно базуватися на нових рішеннях у галузі техніки і технології, а також на використанні нових організаційних форм і економічних методів господарювання, які на різних стадіях циклу "наука – виробництво" реалізуються відповідними ланками управління на рівні підприємств, об'єднань, наукових і проектних організацій. А прийняття та реалізація адекватних проблемі рішень і є головним завданням в процесі управління інноваційною діяльністю.

Далі в даній статті, більш конкретно зупинимось на особливостях управління інноваційною діяльністю вітчизняних видавництв. Спочатку визначимо особливості книговидавничої діяльності. Книговидання-це та сфера діяльності людини, яка формує духовний та ідеологічний стан суспільства на різних етапах його розвитку. Головною особливістю діяльності видавництва є поєднання виробничої і нематеріальної сфер діяльності. Продуктом виробничої діяльності видавництва є книга як товар. Проте, потрапляючи на ринок, книжкова продукція служить для задоволення духовних та інформаційних потреб людей. Книга як специфічний продукт людської діяльності та як оригінальний товар вимагає особливих підходів щодо виробництва, продажу та просування її на ринку для задоволення духовних й інформаційних потреб споживачів. Управління інноваційною діяльністю на такого роду підприємстві також матиме свої особливості, фактори, принципи та методи. Інноваційні підходи на книговидавничому підприємстві можуть бути застосовані на всіх стадіях життєдіяльності продукції: розпочинаючи від новітніх способів правки оригінального тексту і закінчуючи введенням ноу-хау в процеси верстки та друку. Тому і підходи до управління інноваційною діяльністю на такого роду підприємстві мають свої тенденції та особливості.

Інноваційна діяльність у книговидавництві переважно спрямована на досягнення таких цілей:

- вибір стратегії ціноутворення на книжкову продукцію, а також на видавничі послуги;
- формування найбільш ефективної збутової мережі для реалізації книжкової продукції (наприклад, сьогодні дуже популярні Інтернет-магазини);
- пошук новаторських форм та засобів комунікацій для просування книжкової продукції;
- стимулювання попиту на книжкову продукцію та формування книжкової культури;
- створення або пошук шляхів створення конкурентних переваг над альтернативними засобами отримання інформації (кіно, телебачення, Інтернет) тощо.

Для того щоб визначити особливості управління інноваційною діяльністю видавничих підприємств необхідно здійснити дослідження стану вітчизняного книговидавничого ринку. У результаті чого можна виділити певні особливості розвитку галузі, що звісно вноситиме свої корективи в управління інноваційною діяльністю на такого роду підприємствах. А саме:

1. Великомаштабність імпорту закордонних технологій (Наприклад: іноземні фірми "Monotype", "Siemens", "Linotype", "Hyphen" випускають комп'ютерні видавничі системи на основі комп'ютерів з виведенням даних на фотоскладальні установки та пристрої автоматичного складання текстів. Комп'ютерні видавничі системи в редакційно-видавничих процесах різко підвищують якість видань і значно скорочують терміни їх підготовки.)

2. Розробка та впровадження власних інновацій – організація у вітчизняних видавництвах власних наукових лабораторій та постійна кропітка робота маркетингових служб зі створення інноваційної продукції в книговидавничих підприємствах, яка задовольняє вимоги саме вітчизняних читачів.

Кожне видавництво бажає бути лідером на ринку. Більше шансів досягти цього є саме при прийнятті рішень по розробці та впровадженню власних інновацій. Але, як відомо, виробництво інновацій, які відповідають потребам ринку є досить складною справою. Тому перед тим як прийняти рішення про налагодження діяльності з виробництва власних інновацій, слід ретельно оцінити наявні можливості. У разі обрання видавництвом концепції інноваційного маркетингу доцільним є реорганізація його управлінської структури. Це пов'язано з тим, що концепція потребує переходу на проектне управління, тобто реалізація основних засад інноваційного плану діяльності передбачає розробку та реалізацію інноваційних проектів, управління якими не завжди можливе в межах існуючих організаційних структур.

Тому, однією з головних особливостей управління інноваційною діяльністю видавництва є необхідність створення окремого підрозділу, головною функцією якого є управління та реалізація інноваційних проектів, тобто реорганізація структури управління в модель матричного типу. Однак, варто зауважити, що дана модель не є єдино можливою, і якщо видавництво може ефективно функціонувати з вже існуючою організаційною структурою, тоді реорганізація не проводиться.

Окрім змін в організаційній структурі управління, управління інноваційною діяльністю в даній сфері передбачає активізацію проведення маркетингових досліджень та стимулювання творчої і наукової діяльності персоналу. Таким чином, передбачається розробка та впровадження нових методик стосовно проведення досліджень, а також нових методик мотивації працівників.

Ще однією особливістю управління інноваційною діяльністю в книговидавничій справі є відсутність кваліфікованих кадрів. Як показує практика, управлінською діяльністю у видавництвах найчастіше займаються не менеджери по інноваціях, а люди з інженерною освітою, які, не мають достатнього досвіду в здійсненні управління інноваційною діяльністю. У цьому зв'язку вони зазвичай готові відповісти на запитання що повинне вийти в результаті діяльності, однак як цього досягти знають лише деякі з них.

Загалом, же всі особливості інноваційної діяльності підприємств зводяться до реалізація певних завдань, а саме:

- формування інноваційної стратегії видавництва в контексті її загальної стратегії (що не завжди під силу відповідальним за це особам, що являє собою один з проявів кадрової проблеми);
- розроблення концептуальних засад і принципів формування інноваційної політики, адекватної інноваційній стратегії;
- формування планів і програм інноваційної діяльності (що викликає значні труднощі, враховуючи специфіку діяльності видавництва, адже не завжди менеджери

видавництва можуть мати детальну інформацію про стан написання автором того чи іншого рукопису, його характеристики, а таким чином важко спрогнозувати очікуваний попит, а отже і очікувані прибутки, а отже і розробка планів не є досить точною та підлягає тривалому коригуванню);

– обґрунтування і вибір масштабних інноваційних проектів, що розширюють чи диверсифікують діяльність видавництва;

– визначення джерел ресурсного забезпечення реалізації інноваційних програм і проектів (проблемне питання для державних видавництв, та видавництв, одрукують шкільні підручники за державні кошти);

– формування організаційної структури, чутливої і сприйнятливої до інноваційних змін.

Ефективне та успішне управління інноваційною діяльністю у книговидавничій сфері має свої особливості, як і в інших, передбачає здійснення певних функцій, пов'язаних з організацією, плануванням, мотивацією, регулюванням і контролем за впровадженням інновацій. З метою забезпечення ефективності даного процесу у вітчизняних видавництвах повинні створюватися відповідні системи реалізації зазначених функцій, тобто необхідно приділяти окрему увагу формуванню ефективного механізму управління інноваційною діяльністю, як у теорії, так і на практиці.

Зазначені особливості не є вичерпними, однак наведені – вимагають першочергової підвищеної уваги. При цьому вирішення їх сприятиме збільшенню ефективності й результативності інноваційних процесів, що у свою чергу призведе до підвищення активності впровадження видавництвами різного роду нововведень, адже саме інноваційна діяльність сьогодні є однією із головних складових успіху.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України від 20. 11. 2003 № 1300-IV "Про державну підтримку книговидавничої справи в Україні" [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.kmu.gov.ua/z1/portal.
2. Закон України "Про інноваційну діяльність" // Україна. – Business.– 2000. – № 12. – с. 8.
3. Бажал Ю. М. Економічна теорія технологічних змін: Навч. Посібник для вузів / Міжнародний фонд "Відродження". – К.: Заповіт, 2006. – 240 с.
4. Жулинський М. Національні культури і проблеми глобалізації // Друкарство. – 2003. – № 1. – С. 13–15.
5. Законодавство в світі книги: шляхи реалізації в Україні рекомендацій Ради Європи. (Мат. Міжнар. конф., м. Київ, 21-22 квіт. 2007 р.). – К., 2008. – 120 с.
6. Инновационный менеджмент: Учебник для вузов / С. Д. Ильенкова, Л. М. Гохберг, С. Ю. Ягудин и др.; Под ред. С. Д. Ильенковой. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997. – 327 с.
7. Пригожин А.И. Нововведения: стимулы и препятствия: (Социальные проблемы инноватики). – М.: П., 2009. – 270 с.
8. Харів П.С. Інноваційна діяльність підприємств та економічна оцінка інноваційних процесів: Монографія. – Т.: Економічна думка, 2003. – 324 с.
9. Kreitner R. Management. – Boston Houghton Mifflin Company. – 2009. – p. 118–120.

Стаття надійшла до редколегії 28.02.13

Онисенко Т.С., асп.

КНУ имени Тараса Шевченко, Киев

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ НА КНИГОИЗДАТЕЛЬСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Исследованы и проанализированы современные тенденции развития процессов управления инновационной деятельностью на предприятиях, с акцентом на книгоиздательскую отрасль. Описаны, и определены: принципы, особенности процесса управления инновационной деятельностью, с учетом специфики деятельности отрасли.

Ключевые слова: инновации, инновационная деятельность, управление инновационными процессами, книгоиздательское деятельность.

T.S. Onisenko, postgrad. stud.

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv

FEATURES OF INNOVATIVE ACTIVITY IN ENTERPRISES PUBLISHING

The paper considers of modern trends in innovation management processes on book publishing industry. The results described principles, especially the management of innovation, given the specificity of the industry.

Keywords: innovation, innovation management processes, book publishing activities.