

СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ МАШИНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Узагальнено наукові погляди на сутність і структуру інноваційного потенціалу промислового підприємства. Розглянуто структуру інноваційного потенціалу з позицій пріоритетності окремих складових співвідносно стратегічних цілей машинобудівного підприємства, серед яких виділено мотиваційну. Наведено результати експертного оцінювання значущості складових інноваційного потенціалу машинобудівного підприємства та визначено можливості розвитку пріоритетних складових.

Ключові слова: інновація, інноваційний потенціал, складові інноваційного потенціалу, мотивація.

HOLOVCHUK I. O.
Khmelnitsky National University

STRATEGIC DEVELOPMENT PRIORITIES OF MACHINE BUILDING ENTERPRISE'S INNOVATIVE POTENTIAL

Scientific views on the essence and structure of innovative potential have been generalized. The effective and structural approaches to identification of the essence of innovative potential have been highlighted. Structural components of innovative potential of a machine building enterprise have been defined. Their different significance on realization of strategic goals of an enterprise in context of different innovative strategies has been shown. The outcomes of expert evaluation of significance of innovative potential components have been shown. The conclusion about insufficient attention of domestic management to increasing its intellectual component has been made. The accent on the priority of improvement of motivational component of innovative potential of an enterprise in terms of innovative tasks has been made. Organizational and economic possibilities of development

Keywords: innovation, innovative potential, constituents of innovative potential, motivation.

Постановка проблеми. Сучасні тенденції розвитку світового економічного простору характеризуються посиленням і загостренням конкурентної боротьби. За цих умов ключовим фактором успіху є інноваційна активність підприємств, особливо тих, що функціонують на сегментах ринку, де велике значення для привернення уваги споживача має відповідність характеристик товару (продукції) параметрам її споживання. До таких відносяться підприємства машинобудування, які працюють на ринку виробників. При цьому темпи науково-технічного прогресу у сфері виробництва нової техніки і розробки нових технологічних процесів настільки високі, що для виробників нової техніки доволі складно точно передбачити ринковий успіх/невдачу інноваційних продуктів. Через це доволі багато продуктових інновацій не знаходять своїх споживачів, а зусилля, витрачені на їх створення, не компенсуються отриманою комерційною вигодою. У зв'язку з цим актуальності набувають питання, пов'язані із підвищенням здатності підприємств машинобудування випускати на ринок ті продукти, які можуть знайти свого споживача. Така здатність є результатом сформованого інноваційного потенціалу – за тими складовими, які забезпечують реалізацію інноваційних завдань відповідно до стратегічних цілей діяльності підприємства. Тому важливим завданням керівництва є розвиток інноваційного потенціалу згідно із стратегічними пріоритетами.

Аналіз останніх досліджень. Питання управління розвитком інноваційного потенціалу підприємств, що працюють на високодинамічних ринках зі значним рівнем конкуренції все більше стають предметом наукового пошуку сучасних управлінців – як теоретиків, так і практиків. Про це свідчить значне коло досліджень з даної проблеми. Зокрема, серед сучасних дослідників цими питаннями займалися І. Балабанов, А. Власова, В. Головатюк, А. Гриньов, С. Ілляшенко, Н. Краснокутська, Н. Сиротинська, В. Стадник, Н. Чухрай та ін. У працях цих та інших дослідників розкрито сутність інноваційного потенціалу, виокремлено його складові, сформовано науково-практичні підходи до оцінювання, визначено вплив інноваційного потенціалу на розвиток підприємства тощо. Незважаючи на те, що існуючий науковий доробок з питань управління розвитком інноваційного потенціалу промислових підприємств є доволі значним, залишаються недостатньо розкритими питання його ефективного використання. Можна припустити, що це спричинено невідповідністю його структурних складових тим інноваційним завданням, які підприємство має вирішувати в контексті визначеної на той чи інший період базової і конкурентної стратегії діяльності. Необхідність доведення даного припущення і визначила мету даної статті.

Мета статті – визначити стратегічні пріоритети розвитку інноваційного потенціалу машинобудівного підприємства (в розрізі його структурних складових) відповідно до особливостей його роботи у стратегічній зоні господарювання та з урахуванням значущості цих складових для реалізації визначених стратегічними цілями інноваційних завдань.

Викладення основного матеріалу. Успішна реалізація підприємством базової і конкурентної стратегії діяльності можлива за умови збалансованості елементів його внутрішнього середовища із станом

середовища господарювання – у частині, що стосується учасників ринкових відносин. Передусім – це споживачі продукції певного призначення на цільових сегментах ринку і виробники аналогічних товарів або товарів-замінників, які виступають на цьому сегменті ринку конкурентами. Звичайно, на вибір стратегії діяльності впливають й інші чинники зовнішнього середовища – у їх взаємозалежності, складності та мінливості. Однак їх вплив є опосередкованим і менш значущим у сукупності усіх факторів, що визначають вибір стратегії діяльності та її успішну реалізацію. А домінуючим у прийнятті рішення про вибір стратегії діяльності із сукупності стратегічних альтернатив є оцінка здатності підприємства знайти (а ще краще – створити) прийнятну за місткістю ринкову нішу, яка забезпечить йому переваги перед конкурентами у боротьбі за споживачів. Ця здатність забезпечується тими складовими внутрішнього середовища підприємства, які формують його інноваційний потенціал. Можна погодитись із думкою сучасних науковців, що саме високий інноваційний потенціал визначає можливості підприємства створювати нові споживчі цінності і удосконалювати споживчі властивості тих товарів, інтерес до яких починає втрачатись [1].

Аналіз існуючих наукових поглядів на сутність терміну «інноваційний потенціал підприємства» [2–6] показує, що серед них можна виділити два основних підходи до його визначення – результативний і структурний. У першому випадку акцентується увага на визначенні параметрів ефективності його використання – і тут першочергово виділяється здатність підприємства до реалізації інноваційних проектів. В другому випадку наголос робиться на його елементному складі (або ресурсних можливостях) та поєднанні структурних складових у процесі створення і реалізації інновацій.

Порівнюючи ці два підходи, можна дійти висновку, що вони певною мірою взаємодоповнюють один одного. Звичайно, перший підхід видається більш прийнятним з погляду оцінки здатності підприємства досягати високих результатів при здійсненні інноваційної діяльності – у вигляді конкретного інноваційного проекту. Проте він не дає уявлення про те, за рахунок чого ці результати були отримані, не дає змоги побудувати механізм управління реалізацією і розвитком інноваційного потенціалу. А структурний підхід вказує на те, які конкретно складові інноваційного потенціалу необхідно розвивати для того, щоб цих результатів досягти. Тому можна стверджувати, що саме структурний підхід дає змогу забезпечувати й підтримувати взаємну відповідність елементів інноваційного потенціалу, їх раціональну взаємодію, формуючи здатність підприємства до створення й реалізації інновацій. Проте при використанні структурного підходу авторська позиція полягає в тому, що важливо показати відмінності у розумінні процесу структурування. Тобто, за якими складовими потенціалу досліджувати його структуру – функціональними чи ресурсними.

Багато науковців підкреслюють у своїх визначеннях інноваційного потенціалу підприємства його ресурсну основу, розглядаючи інноваційний потенціал як «сукупність різних видів ресурсів, необхідних для здійснення інноваційної діяльності» [2, с.208; 3], або таких, що можуть бути використані «для досягнення цілей економічних суб'єктів» [4, с. 111]. Однак деякі (наприклад, О. Косолапов і О. Гіренко-Коцуба [5], а також А. Решетніков [6]) підкреслюють необхідність формування організаційного механізму, який би забезпечував досягнення поставлених цілей. Тобто, йдеться про функціональне структурування інноваційного потенціалу за складовими такого організаційного механізму. А. Решетніков з приводу такого механізму уточнює, що це «певні відносини, які виникають на мікрорівні між працівниками стосовно досягнення базових цілей підприємства, які закладені в стратегії його розвитку, за умов наявності інноваційних можливостей, які створюються за рахунок інших складових потенціалу» [6]. І тут доречно підкреслити, що, що будь-який організаційний механізм працює лише за наявності в ньому певних рушійних (мотиваційних) сил, на чому особливо наголошує В. Стадник [7]. Звідси очевидним є висновок, що використання ресурсного чинника для створення інновацій буде ефективнішим, якщо для цього будуть створені не тільки організаційні, а й економічні умови.

Однак у визначенні А. Решетнікова заслугоує на увагу його чіткий акцент на тому, що інноваційний потенціал створюється для реалізації поставлених цілей. Дослідник вважає, що цілеорієнтованість іманентно притаманна інноваційному потенціалу. Звідси логічним є завдання визначення зв'язку між цілями підприємства і структурою інноваційного потенціалу. Адже закладені в останньому можливості мають бути реалізовані для досягнення тих цілей, задля яких ці можливості й формувались. Для машинобудівних підприємств – це створення зразків нової техніки (інновації для ринку) і упровадження нових технологічних процесів (інновації для удосконалення виробничо-збутової системи). З урахуванням цього висновок проаналізуємо результати інноваційної діяльності у машинобудуванні за вказаними напрямками – у динаміці останніх років (табл. 1).

Як видно із наведених даних, у 2014 р. суттєво зросла (удвічі) кількість зразків нової техніки, створених на машинобудівних підприємствах України. І частка зразків нової техніки у 2014 р. склала 35,9% – більше, ніж за всі роки періоду дослідження, починаючи з передкризового 2008 року. І це може свідчити про те, що ці зразки нової техніки будуть використані для технологічного оновлення виробничих систем інших промислових підприємств України. Дані засвідчують, про зростання темпів технологічного оновлення промисловості – у 2014 р. вони склали 110,6% проти 72,0% у попередньому, 2013 р. Однак результати інноваційної діяльності не поліпшились – внесок інноваційної продукції у загальні обсяги

реалізації промислової продукції в 2014 р. продовжував падати як у абсолютному, так і у відносному вимірі (2,5% проти 3,3% у 2013 р.). І це може означати, що техніко-технологічні інновації вітчизняного машинобудування недостатньо прогресивні для того, щоб забезпечити зростання конкурентоспроможності промислового сектора вітчизняної економіки. Тобто, вони не виконують своєї відтворувальної ролі у структурі національної економіки, як це має місце у розвинених країнах. Можна зробити припущення, що їх інноваційний потенціал недостатній для реалізації цілей розвитку.

Таблиця 1

Динаміка результатів інноваційної діяльності промислових підприємств України

Показник	Дані за роками						
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014*
Упроваджено нових технологічних процесів, од.	1647	1893	2043	2510	2188	1576	1743
Темпи впровадження нових технологічних процесів, % **	116,1	114,9	107,9	122,9	87,2	72,0	110,6
Освоєно виробництво нових видів продукції, од.	2526	2685	2408	3238	3403	3138	3661
Темпи зростання виведення на ринок продуктивних інновацій, %**	88,1	82,4	142,4	98,6	93,4	92,2	116,7
- з них нових видів техніки, од.	669	897	942	809	769	657	1314
- частка зразків нової техніки у загальній кількості інновацій**	27,8	27,7	27,7	25,8	19,3	20,8	35,9
Частка реалізованої інноваційної продукції в загальному обсязі виручки від реалізації промислової продукції, %	5,9	4,8	3,8	3,8	3,3	3,3	2,5

Джерела: Державний комітет статистики України: Наукова та інноваційна діяльність (1990-2014рр.) [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/ni/ind_rik/ind_u /2002.html. – (дата звернення 24.04.2016); **власні розрахунки

*Примітка. Без урахування тимчасово окупованих територій і зони АТО

Оскільки будь-яка економічна система функціонує за рахунок реалізації свого ресурсного потенціалу (під яким слід розуміти усі види ресурсів – як залучених, так і створених в межах системи, наприклад, нематеріальних), беручи участь у кругообігові грошей і товарів, то логічним буде висновок, що участь у цьому кругообігові забезпечується її здатністю створити продукт, який знайде свого споживача. Використовуючи багатофакторну модель виробництва, О. Іншаковим [8] запропоновано формалізувати таку здатність у вигляді наступної залежності:

$$Q = f(A, T, M, I_{ns}, O, I_{nf}), \quad (1)$$

де Q – продукт, створений системою за рахунок свого ресурсного потенціалу (в т.ч. інноваційного, якщо йдеться про новий продукт); $A, T, M, I_{ns}, O, I_{nf}$ – компоненти цього потенціалу, відповідно людська (A), технічна (T), матеріальна (M); інституційна (I_{ns}), організаційна (O) та інформаційна (I_{nf}).

Опираючись на аналіз наукових джерел з питань оцінки інноваційного потенціалу та його елементного структурування, нами було зроблено висновок, що структуру інноваційного потенціалу можна розглядати як сукупність техніко-технологічного, фінансового, інформаційного, ринкового, інтелектуального, науково-дослідницького, кадрового, інтерфейсного (мотиваційного) потенціалів. Таке структурування інноваційного потенціалу певною мірою кореспондується із підходом О. Іншакова, однак воно більшою мірою диференційовано за людською компонентою. Логічне пояснення цьому можна дати, зважаючи на те, що людська компонента може включати як простих виконавців, що здійснюють свої функції у репродуктивному режимі, так і людей творчої праці (винахідників, раціоналізаторів), які реалізують свої функції у креативному виконанні, продуктом чого є інтелектуальна власність підприємства та його нематеріальні активи.

Важливою складовою інноваційного потенціалу є, на нашу думку, і фінансова складова. Адже вона відображає відповідність фінансового стану, інвестиційної привабливості, кредитоспроможності і системи ефективного управління фінансами підприємства вимогам забезпечення стійкості підприємства на усіх етапах реалізації інновацій. І саме ця складова інноваційного потенціалу в останні роки стає все більш критичною, оскільки фінансування власних розробок у машинобудуванні майже не здійснюється.

Інституціональна складова у моделі О. Іншакова значною мірою відповідає мотиваційній складовій нашої моделі. Залежно від рівня економічної системи вона може містити макро-, мезо- чи мікроекономічні регулятори (мотиватори) і втілюватися у відповідних інструментах і важелях управління. Ринкова складова інноваційного потенціалу відображає ту його частину, яка формує здатність виявляти та потреби споживачів та формувати в них зацікавленість до нового продукту.

Таким чином, з урахуванням вище зазначеного, пропонується формалізувати здатність підприємства реалізувати свої інноваційні можливості у вигляді залежності, яка включає і фінансову складову:

$$Q = f(A, T, \Phi, M, I_{ns}, O, I_{nf}). \quad (2)$$

Важливо забезпечити розвиток тих складових інноваційного потенціалу, які стратегічно необхідні для реалізації певних інноваційних проєктів. Важливо бачити зв'язок між складовими інноваційного потенціалу і стратегічними цілями підприємства. Це потребує виділення із загального потенціалу тієї його частини, яку необхідно довести до рівня, достатнього для реалізації інноваційного продукту.

Очевидно, що зазначені складові можуть мати різну вагомість, виходячи із стратегічних цілей підприємства, а також специфічності продукту, який воно виводить на ринок. І для кожного підприємства доцільно проводити експертне оцінювання цих складових в контексті його стратегічних цілей. Це й дасть змогу визначитись із пріоритетами розвитку інноваційного потенціалу підприємства у відповідному стратегічному періоді. Нами було проведено таке опитування на кількох типових для машинобудування підприємствах Подільського регіону. Були відібрані підприємства, що реалізують різні типи інноваційної стратегії – наступальну (ПАТ «Укрелектроапарат»), захисну (ПрАТ «Калинівський машзавод»), імітаційну (ПАТ «Барський машинобудівний завод»), залежну (ТОВ «Преттль-кабель Україна») і нішеву (МП ВП «Елма-сервіс»). Питання були поставлені таким чином, щоб за кожним із них можна було отримати кілька варіантів відповідей, диференційованих за ступенем їх важливості для даного підприємства. За результатами опитування проведено ранжування вказаних факторів, а також визначено коефіцієнти узгодженості думок експертів, якими були керівники різних рівнів управління підприємствами, а також спеціалісти функціональних служб, що в силу своїх обов'язків неодноразово ставали учасниками інноваційних процесів. Коефіцієнти конкордації були в межах допустимих значень, що засвідчило репрезентативність вибірки і узгодженість думок експертів.

Опитування проводилось у два етапи. На першому людська компонента інноваційного потенціалу фігурувала як одна складова, а на другому її розподілили відповідно до авторського бачення структури інноваційного потенціалу, де виділялась окремо кадрова складова (як наявність трудових ресурсів певного освітньо-кваліфікаційного рівня), інтелектуальна (як наявність працівників, що ставали учасниками проєктних інноваційних команд і створювали інновації у вигляді продуктів інтелектуальної власності) та мотиваційна складова (як наявність системи стимулювання, що, на думку опитуваних, виконує функцію мотивації до інноваційної діяльності добре, задовільно, недостатньо або ж не виконує зовсім, тобто відсутня). Опрацьовані результати опитування першого етапу опитування наведено в табл. 2. Їх інтерпретація дала змогу побачити, що людська складова інноваційного потенціалу не позиціонується працівниками майже усіх досліджених підприємств як пріоритетна. Лише одне підприємство, яке відноситься до малих виробничих та реалізує нішеву стратегію, вказало на важливість людської складової інноваційного потенціалу. Більшість підприємств у сукупності виділених складових відвели перші місця технологічній і фінансовій складовій. Інституційна складова майже у всіх підприємств знаходиться на останньому місці.

Таблиця 2

Експертна оцінка рангів структурних складових інноваційного потенціалу підприємств машинобудування

Підприємство	Ранг структурної складової інноваційного потенціалу підприємства							Тип інноваційної стратегії
	<i>A</i>	<i>T</i>	<i>Φ</i>	<i>M</i>	<i>I_{ns}</i>	<i>O</i>	<i>I_{nf}</i>	
ПАТ «Укрелектроапарат»	3	1	2	6	7	4	5	Наступальна
ПрАТ «Калинівський машзавод»	4	2	1	3	7	5	6	Захисна
ПАТ «Барський машинобудівний завод»	4	1	2	3	7	5	6	Імітаційна
ТОВ «Преттль-Кабель Україна»	5	1	4	6	2	3	7	Залежна
МП ВП «Елма-сервіс»	1	3	2	6	7	5	2	Нішева

В той же час результати другого етапу були ще більш вражаючі. Майже на всіх підприємствах із числа опитаних респондентів більшість визначила адекватну творчій роботі мотивацію як найважливішу із числа виділених складових у структурі людського потенціалу машинобудівного підприємства. І зазначали, що рівень мотивації інноваційної діяльності на їх підприємстві можна оцінити більше як незадовільний, аніж задовільний. Вищою задовільною оцінка не була отримана ні на одному із досліджених підприємств. Такі суперечливі, на перший погляд, результати дослідження засвідчують, з одного боку, складну ситуацію на ринку праці, де число вакансій значно менше числа бажаючих їх зайняти. А з іншого – вони можуть свідчити про те, що існуюча політика у сфері оплати і стимулювання праці на підприємствах не може забезпечити більшу ефективність використання інтелектуального потенціалу працівників, оскільки не мотивує до їх до розвитку своїх здібностей. На нашу думку, вона має розвиватися не лише у вигляді встановлення прямих мотиваторів (преміювання, бонуси), а й через інституційну складову, зокрема, організаційну культуру. Остання має спонукати до проявів ініціативності, що є невіддільною складовою інноваційної діяльності. До організаційних чинників слід віднести (і розвивати) ті, що дають змогу

мультиплікувати передові практики виконання робіт, поширювати на всю організацію новітні знання, створені в окремих підрозділах. Як перше, так і друге сприятиме підвищенню активності працівників до участі в інноваційних проєктах, інтрапренерства та інших форм інноваційного пошуку – в розрізі обраної конкурентної та інноваційної стратегій. Тим самим інноваційний потенціал підприємства не просто зростатиме, а й ефективно використовуватиметься.

Висновки. Інноваційний потенціал промислового підприємства є структурованою сукупністю його ресурсів (матеріальних і нематеріальних), які використовуються для реалізації інноваційних завдань в контексті визначених на планову перспективу стратегічних цілей. На сьогодні у структурі інноваційного потенціалу приділяється більша увага технологічній і фінансовій складовій і найменша – людській компоненті, особливо в частині мотивації ефективної інноваційної діяльності. Однак у всьому світі саме людська компонента вважається джерелом інновацій і розвиток інтелектуального потенціалу працівників є одним із пріоритетів менеджменту інноваційно-активних підприємств. В нарощуванні інтелектуальної складової інноваційного потенціалу провідну роль відіграє мотивація. Її удосконалення може здійснюватися як прямими, так і непрямими методами. Їх конкретизація та порівняльна оцінка з позицій ефективності і мають стати предметом наступних досліджень.

Література

1. Stadnyk V.V. Innovative factors in the system of value-oriented management of an industrial enterprise / V.V. Stadnyk, O.V. Zamazyi // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – № 9. – С. 242–249.
2. Балабанов И.Т. Инновационный менеджмент / Балабанов И.Т. – СПб : Издательство «Питер», 2000. – 208 с.
3. Сиротинська Н.М. Сутність інноваційного потенціалу промислових підприємств / Н.М. Сиротинська // Економічний простір. – 2011. – № 55. – С. 255–260.
4. Кокурин Д.И. Инновационная деятельность / Д.И. Кокурин. – М. : Экзамен, 2001. – 575 с.
5. Косолапов О. В. Инновационный потенциал в оценке конкурентоспособностей предприятий/ О.В. Косолапов, О. А. Гиренко-Коцуба [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.uran.ru/reports>.
6. Решетников, А. В. Управление реализацией инновационного потенциала в промышленности : автореф. дис. ... канд. экон. наук / А. В. Решетников. – Волгоград, 2005. – 24 с.
7. Стадник В.В. Збалансована система показників як невід’ємна складова організаційно-економічних механізмів управління підприємством / В.В. Стадник, Т.В. Михальчик // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2015. № 3, т.2. – С.28–33.
8. Иншаков О. В. Экономическая генетика как основа эволюционной экономики / О. В. Иншаков// Вестник ВолГУ. Сер. 3. Экономика. Экология. – Волгоград : Изд-во ВолГУ, 2006. – Вып. 10. – С. 6–16.

Надійшла 07.05.2016; рецензент: д. е. н. Стадник В. В.