

ШЕПУТАМикола Миколайович
geld@i.uaмагістрант, Національний
авіаційний університет**КИРИЛЕНКО**Оксана Миколаївна
ons@ua.fmк.е.н., доцент, Національний
авіаційний університет**ДАНИЛОВА**Ельвіра Ігорівна
ehdanilova@gmail.comк.е.н., доцент, Національний
авіаційний університет

УДК 330.341 (045)

**УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА****INNOVATIVE DEVELOPMENT'S MANAGEMENT AS A FACTOR OF ENSURING COMPETITIVENESS
INCREASE OF THE ENTERPRISE**

У статті досліджені сучасні умови забезпечення сталого інноваційного розвитку підприємства та проаналізовані основні етапи формування стратегії впровадження інновацій. Визначено складові внутрішнього потенціалу підприємства, що потребують оптимізації для впровадження інновацій та забезпечення конкурентоспроможності. Розроблена схема вибору напрямків інноваційного розвитку підприємства.

В статье исследованы современные условия обеспечения устойчивого инновационного развития предприятия и проанализированы основные этапы формирования стратегии внедрения инноваций. Определены составляющие внутреннего потенциала предприятия, нуждающиеся в оптимизации для внедрения инноваций и обеспечения конкурентоспособности. Разработана схема выбора направлений инновационного развития предприятия.

In the article modern conditions of ensuring sustainable innovation development of the enterprise are investigated and main stages of the strategy of innovation implementation are analysed. The components of the internal potential of the enterprise that need to be optimized for introduction of innovations and ensuring the competitiveness are determined. The scheme for the selection of enterprise's innovative development directions is developed.

Ключові слова: інновації, інноваційна діяльність, управління інноваційним розвитком, інноваційний потенціал, конкурентоспроможність

Ключевые слова: инновации, инновационная деятельность, управление инновационным развитием, инновационный потенциал, конкурентоспособность

Keywords: innovations, innovation activity, innovative development management, innovative potential, competitiveness

ВСТУП

Сучасний етап розвитку міжнародного ринкового середовища висуває всезростаючі вимоги до його учасників, визначаючи об'єктивну необхідність забезпечення конкурентних переваг за рахунок забезпечення сталого інноваційного розвитку підприємства.

Управління інноваційним розвитком є основною передумовою виживання сучасного підприємства у конкурентному середовищі, а також можливістю виходу на зовнішні ринки. Реалізація дієвої інноваційної політики підприємства є основою розвитку інноваційного потенціалу, що дає можливість забезпечити комплексний розвиток внутрішніх складових підприємства, підвищуючи загальну економічну вартість комерційних цілей підприємства. Реалізація таких заходів обумовлена потребою в удосконаленні процесів управління інноваційною діяльністю, як основного фактору досягнення економічного розвитку підприємства.

МЕТА СТАТТІ

Дослідження умов та особливостей ефективного управління інноваційним розвитком сучасного підприємства для забезпечення його конкурентоспроможності на вітчизняному та зарубіжному ринках.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Методологічною та інформаційною основою дослідження є праці вітчизняних і зарубіжних вчених, Інтернет-ресурси. При проведенні дослідження використано системний підхід, методи узагальнення, аналізу та синтезу.

Аналіз літературних джерел свідчить про те, що основам механізмів реалізації інноваційного розвитку підприємства приділено достатньо уваги. Дослідження проблем управління інноваційним розвитком підприємства здійснено в праці С. Ілляшенка, який розглянув теоретико-методичні основи інноваційного менеджменту [1]; науковій праці А. Князевич та О. Крайчук, які дослідили механізми управління інно-

ваційним розвитком [2]; праці В. Найдюк, присвяченій розгляду сутності та передумов інноваційного розвитку підприємств [4]. Ю. Сусіденко та Т. Сіташ приділили увагу визначенню особливостей інноваційного розвитку вітчизняних підприємств з використанням європейського досвіду [5], Л. Федулова – концептуальним засадам управління інноваційним розвитком підприємств [6], М. Вальчев дослідив особливості інноваційного менеджменту в розрізі формування інноваційної стратегії підприємства [7]. Проте, проблемі управління інноваційного розвитку як фактору підвищення конкурентоспроможності підприємства приділено недостатньо уваги.

РЕЗУЛЬТАТИ

В основі створення будь-якої інновації лежить інноваційний розвиток підприємства, під яким слід розуміти діяльність підприємства, ресурси якого спрямовані на пошук можливостей та розвиток інноваційної діяльності, як основного засобу поширення впливу інновацій на внутрішні параметри підприємства та активізації якісного розкриття потенціалу його складових, з метою підвищення ефективності функціонування підприємства через збільшення рівня задоволення потреб споживачів за допомогою створення нової чи удосконалення вже існуючої продукції та/або процесів.

Інноваційний розвиток підприємства передбачає поліпшення економічних показників, в основі цього процесу – систематичні удосконалення внутрішніх процесів діяльності підприємства, націлені на оптимальний розподіл наявних і залучених ресурсів відповідно до сучасних вимог наукового прогресу або обґрунтування ефективності впроваджуваної діяльності, згідно з актуальними потребами ринку. Таким чином, забезпечується формування конкурентних переваг підприємства, а на основі цього і додаткових доходів.

Інноваційна модель розвитку підприємства базується на науково-дослідних результатах пошуку й отримання необхідної інформації, яка в технологічному плані може бути корисною у виробничому процесі, забезпечуючи збільшення попиту на продукцію, обсягів реалізації та покращення економічних показників діяльності підприємства від збуту інноваційної продукції.

Розвиток інноваційного підприємства передбачає розробку стратегії впровадження інновацій, як основи для функціонування та подальшого розвитку всіх компонентів підприємства в напрямку нововведень і постійного удосконалення внутрішніх процесів його функціонування. Основними етапами формування стратегії впровадження інновацій є:

1) Формування політики інноваційного розвитку підприємства як ідеологічного спрямування його діяльності. Цей етап передбачає зміну усталеного напрямку діяльності в бік розвитку інноваційної думки. При цьому, основними задачами є донесення до працівників розуміння нового бачення діяльності, стимулювання розвитку генерації нових ідей, руйнування перешкод, що стримують новаторську думку або перешкоджають її просуванню, розвиток у працівників

сміливості відстоювання ідей, а також підтримка ефективних ідей, що не суперечать цілям підприємства.

2) Організація інноваційного розвитку всіх процесів внутрішнього потенціалу підприємства. Інновація повинна стосуватися всіх аспектів діяльності підприємства. Важливим є коригування плану дій і налагодження ефективної роботи усіх компонентів його діяльності.

Під інноваційним потенціалом слід розуміти сукупність взаємопов'язаних ресурсів підприємства, що можуть бути спрямовані на забезпечення умов інноваційного розвитку, реалізацію інноваційних цілей та інноваційних програм підприємства, створюючи підґрунтя для практичного використання нововведень та/або розробки інноваційної продукції [3].

Складові внутрішнього потенціалу підприємства, що потребують налагодження, як основи для створення та впровадження інновацій, представлено на рис. 1.

Інновація повинна охоплювати всі можливі рівні діяльності, починаючи від технології виробництва і закінчуючи створенням та реалізацією нових товарів.

Лише злагоджена робота всіх компонентів внутрішнього інноваційного потенціалу дає можливість отримати позитивні результати від взаємодії кожного елемента, тим самим збільшуючи можливість отримання синергетичного ефекту.

3) Постійний пошук нових можливостей. Впровадження методів систематичного пошуку надає змогу підприємствам охопити нові способи та підходи щодо вдосконалення внутрішніх процесів діяльності, а також відстежувати нові вимоги та можливості, що висуває ринок до учасників.

4) Залучення працівників різних рівнів управління. Інновація передбачає участь і злагоджену роботу творчого мислення працівників, адже стимулювання генерації ідей є основою для створення та реалізації інновацій. Стимулювання творчого мислення повинно стосуватися всіх працівників різних рівнів управління, починаючи від підтримки сильних ідей працівників низової та середньої ланки управління до топ-менеджменту підприємства.

5) Споживча орієнтованість інновації. Інноваційна продукція, передусім, повинна задовольняти потреби попиту. Задоволення потреб споживачів є основою для збільшення рівня продажів та, внаслідок цього, збільшення рівня прибутковості. Важливим є врахування попиту та інтересів споживачів, шляхом прямої участі споживача у створенні кінцевого виробу.

У цілому інноваційний розвиток підприємства є комплексом логічно-послідовних дій, що ґрунтуються на впровадженні та реалізації інноваційного потенціалу для закріплення ринкових позицій підприємства, створюючи передумови для його прогресу. Вибір оптимального плану інноваційного розвитку залежить від особливостей управлінського вибору раціонального варіанту серед можливих альтернатив, у відповідності до особливостей і специфіки сфери функціонування підприємства (рис. 2).



Рис. 1. Складові внутрішнього інноваційного потенціалу для забезпечення конкурентоспроможності підприємства [складено авторами на основі [3, с. 140-148]]

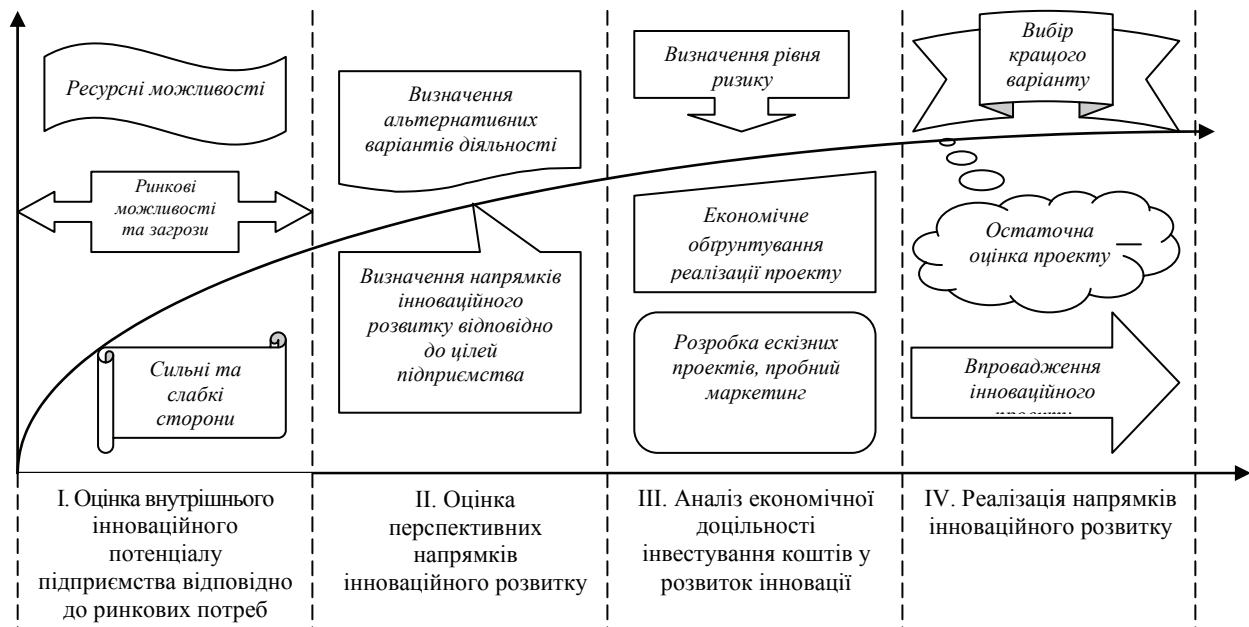


Рис. 2. Схема вибору напрямків інноваційного розвитку підприємства [складено авторами]

У результаті вибору напрямку інноваційного розвитку підприємство може зіткнутися з деякими складнощами, зокрема:

- Високий рівень ризику. Як відомо, підприємство на своєму шляху може зіткнутися з проблемами перевищення фактичних витрат над планови-

ми, несвоєчасністю виконання програм інноваційного проекту, неправильно розрахованим попитом на інноваційний товар, невідповідністю технічних параметрів винаходу тощо. Якісний розрахунок рівня ризику, страхування ризику та правильний розподіл ризику між учасниками дає можливість зменшити його вплив

на інноваційний проект.

- Проблема оцінки ефективності висунутих ідей. Стимулювання працівників до генерації ідей не завжди виправдовує очікування, оскільки існує ймовірність відмови від ідеї ще до початку її врахування, що негативно впливає на мотивацію працівників. Важливо при цьому відразу не відкидати ідеї, а стимулювати подальший хід думок.

- Невизначеність зовнішнього середовища. Зовнішнє середовище підприємства характеризується швидкими змінами як в економічному плані, так і соціокультурному, що висуває нові вимоги до учасників ринкового середовища. Основною вимогою до інновації є гнучкість, тобто можливість пристосування до нових вимог ринку.

- Опір змінам з боку працівників. Інноваційний розвиток підприємства вимагає змін в системі внутрішнього середовища. Такі зміни часто супроводжуються опором з боку працівників підприємства. На даному етапі важливо повідомити працівників про неминучість змін та переконати їх у перспективах майбутніх нововведень.

- Протиріччя інтересів учасників проекту. На початку, в ході реалізації інноваційної програми або під час розподілу ресурсів можливе виникнення протиріччя між учасниками даного проекту. Важливим є чітке регламентування повноважень, рівня розподілу прибутків, відповідальності осіб та створення правил ще до початку реалізації проекту, що дає можливість зменшити рівень конфліктів між різними групами учасників.

ВИСНОВКИ

Таким чином, досліджені напрямки реалізації стратегії впровадження інновацій є основою для функціонування та подальшого розвитку всіх компонентів підприємства в напрямку нововведень та постійного удосконалення внутрішніх процесів його функціонування. Розроблену схему вибору напрямків

інноваційного розвитку підприємства можна використовувати як орієнтир для реалізації інновацій. З метою підвищення ефективності управління інноваційним розвитком підприємства наведені рекомендації, спрямовані на вирішення проблем, пов'язаних з високим рівнем ризику, невизначеністю зовнішнього середовища, опором змінам з боку працівників, протиріччями інтересів учасників проекту.

Список використаних джерел

1. Ілляшенко С.М. Управління інноваційною діяльністю. Основи інноваційного менеджменту: підручник / за заг. ред. С.М. Ілляшенка. – Суми: Університетська книга, 2014. – 856 с.

2. Князевич А.О. Механізми управління інноваційним розвитком: [монографія] / А.О. Князевич, О.В. Крайчук. – Рівне: Вид. О. Зень, 2011. – 136 с.

3. Микитюк П.П. Інноваційний розвиток підприємства: навч. посіб. / П.П. Микитюк, Ж.Л. Крисько, О.Ф. Овсянюк-Бердадіна, С.М. Скочиляс. – Тернопіль: ПП «Принтер Інформ», 2015. – 224 с.

4. Найдюк В.С. Сутність та передумови інноваційного розвитку підприємств / В.С. Найдюк // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2013. – №3. – С. 251-263.

5. Сусіденко Ю. Інноваційний розвиток підприємств: європейський досвід / Ю. Сусіденко, Т. Сіташ // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. – 2016. – №3. – С. 23-35.

6. Федулова Л.І. Концептуальні засади управління інноваційним розвитком підприємств / Л.І. Федулова // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2014. – № 2. – С. 122-135.

7. Valchev M. Innovation Strategy & Process: The Guide to Innovation Management [Електронний ресурс] / М. Valchev // Business phrases. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.businessphrases.net/innovation-strategy/>