

УДК 65.012.32

А.О. Кулик

УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ

Стаття присвячена аналізу і диференціації економічної сутності поняття конкурентоспроможності і виділення її складового елементу – здатності підприємства до інноваційних перетворень. Для управління конкурентоспроможною інноваційною стратегією розроблено узагальнену схему організаційного механізму.

Ключові слова: інноватика, інноваційна конкурентоспроможність, інноваційна стратегія.

Статья посвящена дифференциации понятия конкурентоспособности и выделения ее составного элемента – способности предприятия к инновационным превращениям. Для управления конкурентоспособной инновационной стратегией разработана обобщенная схема организационного механизма.

Ключевые слова: инноватика, инновационная конкурентоспособность, инновационная стратегия.

The article is sanctified to differentiation of concept of competitiveness and selection of her component element – ability of enterprise to innovative transformations. For a management competitive innovative strategy the generalized chart of organizational mechanism is worked out.

Keywords: innovatoco, innovative competitiveness, innovative strategy.

Постановка проблеми. Розвиток ринкових відносин змінює механізм управління науково-технічним прогресом, вплива-

ючи на темпи та сутність основних процесів інноватики, як основи економічного росту та підвищення конкурентоспроможності підприємств. Е. Хансек вважає, що саме тріада новацій: нова потреба, новий продукт та нова технологія при впровадженні їх у життя створюють інновацію. Науково-технічна діяльність підприємства спрямована на отримання, розповсюдження і використання нових знань у сфері техніко-технологічних, фінансово-економічних та соціально-гуманітарних проблем функціонування ринку, науки, техніки і виробництва як єдиної системи.

Інноваційній спрямованості підприємницької діяльності успішних функціонуючих підприємств притаманні творчий підхід до бізнесу, відчуття тенденцій майбутніх змін у потребах ринку, впевненість у необхідності стратегічних інноваційних змін власного підприємства та готовність йти на певний чітко визначений ризик їх реалізації.

В таких умовах підприємницької діяльності в системі інноватики виникає проблема виокремлення та наукової розробки основних концептуальних положень спеціалізованого узагальнюючого поняття «інноваційна конкурентоспроможність». Такий термін пропонується для визначення здатності і готовності підприємства до постійних змін і оновлення на основі використання новітніх досягнень науки, техніки, технологій та ноу-хау своїх партнерів, конкурентів та найкращих підприємств суміжних галузей економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Узагальнення наукових праць Н.Д. Кондратьєва та сучасних дослідників закономірностей інноваційного розвитку Е. Хансека, В. Хойера, К. Фрімена, Д. Стока, Б. Саймона, П. Друкера дисертаційних розробок В. Олександрової, Н. Кривицької, О. Біловодської та інших дає можливість визначити теоретичні основи, характеристики і динаміку процесів і умов створення концепції інноватики конкурентоспроможності.

Умовами успішної стратегічної інноватики в системі забезпечення довгострокової конкурентоспроможності підприємств сучасні теоретики Дж. Траут, Ф. Гуайар, Д. Джонсон, І. Шумпетер, А. Клайнкнехт, К. Боумен та інші вважають:

– «залізну» технологічну дисципліну, орієнтовану на використання нових знань та формування відповідних навичок впровадження їх у практичну діяльність;

– проінноваційну підготовку персоналу всіх рівнів для формування інтелектуального потенціалу підприємства;

– безперервний внутрішній та зовнішній контроль і порівняльна оцінка ключових факторів конкурентоспроможності підприємств, прогресивності продукції та технологій її виробництва;

– жорсткий контроль співвідношень: попит-пропозиція, витрати-прибуток, активи-пасиви та інш.;

– намагання бути кращими за своїх конкурентів шляхом використання всіх найкращих рішень та інновацій не тільки в своїй галузі, але і в інших сферах діяльності.

Більшість дослідників вважає, що будь-яка конкурентна перевага досягається в результаті орієнтації підприємства на стратегічну інноватику, нові знання, теоретичні рішення, постійно удосконалювані технології. Як показує ринкова реальність, ці переваги не є довговічними, оскільки завдяки сучасному інформаційному простору новації досить швидко поширюються серед конкурентів, і проблема конкурентоспроможності для підприємства ніколи не зникає з порядку денного.

Завдання дослідження. Інноваційна конкурентоспроможність як одна з важливих складових конкурентоспроможності підприємства вирішує недостатньо висвітлену до цього часу проблему управління цілеспрямованою дифузією адаптованих до конкретних умов інновацій в єдиному ланцюгу «зародження-розробка-впровадження-використання» новітніх досягнень науково-технічного прогресу з метою постійного забезпечення ефективної діяльності підприємств.

Ціллю даної статті є розробка концептуальних положень відносно запропонованого нами інтегрованого поняття «інноваційна конкурентоспроможність» підприємства та формування узагальненого механізму управління цим видом конкурентоспроможності.

Основний матеріал дослідження. Теоретичною основою інноватики конкурентоспроможності є формування сутності її основних понять, принципів і характеристик:

– ринковий інноваційний клімат – загальна характеристика інноваційного рівня і вимог зовнішнього середовища розвитку підприємства;

– інноваційний потенціал підприємства – міра готовності внутрішнього середовища підприємства до виконання програми інноваційних стратегічних перетворень;

– наукові ресурси глобальної інноватики – можливості інноваційного ринку патентів, ліцензій, ноу-хау та інших науково-технічних та організаційно-економічних розробок;

– власний інтелектуальний капітал підприємства – творчий рівень персоналу, НДКР та його інтелектуальна продукція;

– інформаційна і професійна база інноваційного розвитку підприємства;

– фінансово-економічна та матеріально-технічна база реалізації інноваційних процесів;

– методи і процеси мотивації постановки інноваційних цілей, розробки інноваційних стратегій, проектів та програм їх реалізації, пошуку інвестиційного забезпечення інноваційної стратегії, виробничої стадії впровадження інноваційних розробок, використання результатів інноваційної перебудови підприємства.

Орієнтація підприємства на проблему стратегічної інноватики базується на:

– визнанні провідної ролі науки (фундаментальних і прикладних досліджень, виробничих науково-технічних удосконалень – ноу-хау) та її перетворення у безпосередньо виробничу силу – знання в галузі новітніх досягнень;

– інтеграції, взаємозв'язку та взаємному впливу досягнень науки, техніки, освіти і виробництва при виборі напрямків розвитку стратегічних цілей підприємства;

– структурній переорієнтації стратегій розвитку підприємств на інноваційні шляхи забезпечення довгострокової конку-

рентоздатності та постійне коригування базових стратегій з метою їх своєчасного оновлення відповідно до нових і майбутніх досягнень науково-технічного прогресу;

– циклічності оновлення інноваційних продуктів та інвестиційного капіталу відповідно до хвильової теорії технічних, організаційних, економічних, технічних та управлінських нововведень.

На нашу думку інноваційна конкурентоспроможність – це комплекс властивостей, передумов і дій підприємства щодо формування і реалізації випереджаючої безперервної стратегії розробки, пошуку, трансферу, адаптації та впровадження інновацій з метою досягнення конкурентних переваг на ринку товарів і послуг.

Основні концептуальні положення системного представлення базових складових процесу формування стратегії інноваційної конкурентоспроможності, як постійної послідовності розробки, трансферу, впровадження і адаптації інновацій відображено на рис 1.

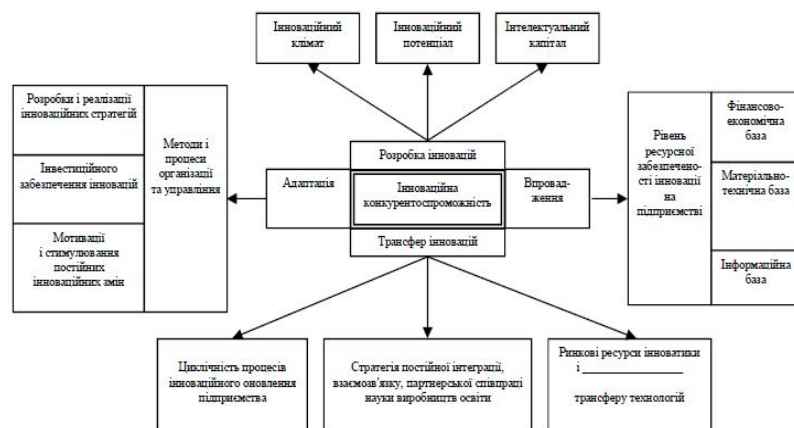


Рис. 1. Концептуальні положення інноваційної конкурентоспроможності підприємств

Інноваційна стратегія має бути зорієнтована на постійний взаємозв'язок та інтеграцію науки, освіти і виробництва, мати чітко працюючу підсистему контролінгу, яка визначатиме відхилення, розриви та зміни стратегічного тренду використання найдосконаліших ноу-хау науково-технічного прогресу.

В інноваційній діяльності підприємства необхідно виділити дві основні її форми:

а) діяльність підприємства по розробці інноваційних проектів, проведенню власних досліджень, експериментів в організаційно-економічній та інформаційно-технічній сферах, що передбачає наявність інтелектуального потенціалу та матеріальних умов власного підприємства для науково-технічної творчості;

б) діяльність по придбанню, використанню і адаптації до власних умов виробництва сторонніх інноваційних розробок (передачі інновацій) шляхом бенчмаркінгу, купівлі патентів і ліцензій тощо.

При визначенні інноваційної конкурентоспроможності підприємств користуються в основному трьома групами критеріїв:

1. Критерії витрат, які включають

– вартість ноу-хау, придбаних шляхом кооперації, бенчмаркінгу, закупівлі ліценцій або інших форм комерціалізації інновацій, власниками яких є сторонні підприємства, організації чи окремі особи;

– величина витрат на адаптацію, модифікацію і впровадження у власне виробництво придбаних інноваційних технологій;

– вартість власних проектів науково-дослідних та експериментальних розробок і їх впровадження;

– витрати на утримання наукових працівників, розробників і консультантів, які виконують творчі функції постійного удосконалення підприємства.

2. Критерії корисності, що характеризують

– кількість нової та удосконаленої продукції, реалізованої на ринку;

- кількість удосконалень продукції за повним асортиментом, що виготовляється підприємством;
- кількість патентів, ліцензій, бенчмарків, розроблених і використаних підприємством для удосконалення технологій і бізнес-процесів з метою забезпечення власної конкурентоспроможності.

3. Відносні показники співставлення

- доля нової та удосконаленої продукції а загальному обсягу випуску продукції;
- доля витрат на інноваційну складову в загальних витратах підприємства;
- рівень підвищення якості продукції за всією номенклатурою;
- коефіцієнт зміни рентабельності, фондоемності, ліквідності та інші.

Управління інноваційною діяльністю підприємства, яка б відповідала сформованій підсистемі стратегічних цілей у всій її складності і комплексності само по собі повинно бути досить складним і гнучким в залежності від реальних умов функціонування, інвестування, ринкових запитів і тенденцій науково-технічного і організаційно-економічного розвитку, стратегічних змін та можливої цільової переорієнтації компанії у майбутньому.

Спираючись на новітні досягнення науки і практики в галузі наукового інвестиційного, стратегічного і виробничого менеджменту нами узагальнено та сформовано структурну схему механізму управління інноваційною сферою підприємства (рис.2).

Інноваційна конкурентоспроможність концептуально формується стратегією випереджального пошуку і трансферу новачій, їх освоєння, адаптації, та практичного впровадження нових продуктів, технологій, рішень.

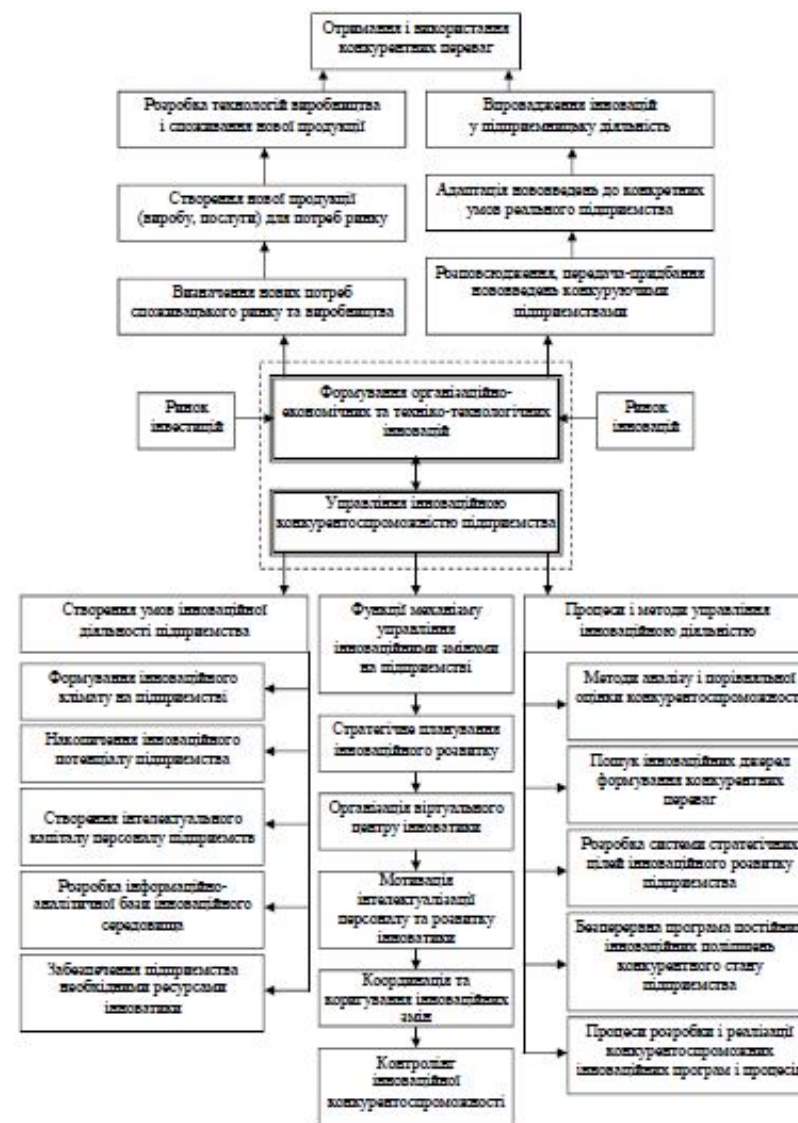


Рис. 2. Схема управління інноваційною конкурентоспроможністю підприємства

Інтеграція теоретичних засад та наукових підходів до функціонування і розвитку сучасної інноватики, законів та принципів глобальної конкуренції, формування нових потреб і підвищених вимог споживацького ринку дає можливість чітко визначити стратегію практичної реалізації інноваційної конкурентоспроможності підприємства. Перш за все така концепція повинна створити сприятливі умови для інноваційної діяльності, визначити специфіку реалізації класичних функцій управління стосовно завдань інноватики, розробити і реалізувати процеси і методи своєчасного проведення інноваційних змін на підприємстві.

Особливе місце в системі управління інноваційною конкурентоспроможністю займають процеси пошуку і передачі технологій як основи швидкого реагування на прискорені темпи науково-технічного прогресу та практичний досвід удосконалення підприємницької діяльності на інших підприємствах.

Висновки. Інноваційна конкурентоспроможність характеризується як швидкістю пошуку необхідних інновацій, так і широтою діапазону та сегменту трансферу, сприйняття та впровадження інновацій, а також їх якістю, значимістю і перспективністю.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Боумен К. *Стратегія на практиці* / К. Боумен. – СПб.: Питер, 2003. – 251 с.
2. Мерчанский В. *Управление знаниями в инновационной экономике* / В. Мерчанский, В. Клочко. – М.: Экономика, 2009. – 599 с.
3. Твисс Б. *Управление научно-техническими нововведениями* / Б. Твисс. – М.: Экономика, 1998. – 192 с.
4. Федулова Л. *Інноваційна економіка*. – К.: Либідь, 2006.
5. Шумпетер Й. *Теория экономического развития* / Й. Шумпетер. – М.: Прогресс, 1982. – 455 с.

6. Андросова О.Ф. *Трансфер технологій як інструмент реалізації інноваційної діяльності: Монографія* / О.Ф. Андросова, А.В. Череп. – К.: Кондор, 2007. – 356 с.
7. Шевченко А.С. *Конкурентное управление* / А.С. Шевченко. – Харьков: Эспада, 2004. – 520 с.

Стаття надійшла до редакції 14.11.2011

Рецензент – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри «Менеджмент і маркетинг» Одеського національного морського університету **М.Я. Постан.**