

2. *Геєць В.М.* Інноваційний шлях розвитку та економічне зростання / В. М. Геєць // Інноваційна Україна: науковий збірник. — 2005. — Вип. 7. — КНТУ «КПІ». — С. 38—42.
3. Провайдинг інновацій: підручник / Денисенко М.П., Гречак Д.П., Гаман М.В. — К.: Видавничий дім «Професіонал», 2008. — 448 с.
4. *Федулова Л.І.* Технологічна готовність політики України до нових викликів в умовах відсутності технологічної політики / Л.І. Федулова // Економіка України. — 2010. — № 9. — С. 12—26.
5. *Шарко М.В.* Управление развитием инноваций в промышленном производстве. — Херсон: Олди-плюс, 2010. — 448 с.
6. *Бутенко А.І.* Інноваційна спроможність суб'єктів підприємницької діяльності / А.І. Бутенко, Є.В. Лазарева. — О.: ІПРЕЕД НАН України, 2007. — 120 с.
7. Наукова та інноваційна діяльність в Україні у 2012 р. // Статистичний збірник. — К.: Державна служба статистики України, 2013. — 287 с.
8. Наукова та інноваційна діяльність в Україні у 2011 р. // Статистичний збірник. — К.: Державна служба статистики України, 2012. — 305 с.
9. Наукова та інноваційна діяльність в Україні у 2010 р. // Статистичний збірник. — К.: Державна служба статистики України, 2011. — 282 с.

Стаття надійшла до редакції 02.12.2013

УДК 658.5:330.341.1

Рудь О. В., викл. економічних дисциплін,
Вінницький коледж
Національного університету
харчових технологій

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. У статті розглянуто основні складові понятійного апарату інноваційного розвитку підприємств, проведено дослідження теоретичної сутності та наявності причинно-наслідкових зв'язків між такими економічними категоріями як інновації, інноваційний процес, інноваційна діяльність та інноваційний розвиток.

Ключові слова: Новації, інновації, інноваційний процес, інноваційна діяльність, інноваційний розвиток.

Вступ. Сучасний світ стає все динамічнішим і розраховувати на успішну діяльність можуть лише ті підприємства, які здатні генерувати і успішно втілювати у практичну діяльність нові ідеї, нові рішення тощо. Тому саме інноваційний шлях розвитку, що орієнтується на довгострокову перспективу, відповідає реаліям «нової економіки». Для формування конкурентних переваг підприємствам необхідно орієнтуватися на інноваційний вектор розвитку, оскільки в динамічних економіч-

них умовах сьогодення, при існуючому рівні конкуренції та швидкості технологічних змін саме інновації є головною умовою економічного зростання.

Постановка задачі. Складність і надзвичайно висока рухливість ринкових процесів, поява нових запитів споживачів, масштабні технологічні зрушення, стрімкий розвиток інформаційних мереж не тільки ускладнюють роботу підприємств, а й сприяють появі нових, часто несподіваних можливостей для бізнесу, що ґрунтуються на інноваційних баченнях [1, с. 8]. Саме за допомогою використання інновацій підприємства мають можливість стати лідерами у виснажливій конкурентній боротьбі, але досягнення цієї мети можливе лише за умови формування чітко налагодженої, досконало відпрацьованої та адаптивної системи управління інноваційним розвитком.

Початковою точкою відліку у дослідженні інноваційного розвитку підприємства є формування понятійного апарату та осмислення теоретичної сутності та наявності причинно-наслідкових зв'язків між такими економічними категоріями, як «новація», «інновація», «інноваційний процес», «інноваційна діяльність» та «інноваційний розвиток».

Результати. Для ефективного управління інноваційною діяльністю перш за все необхідно з'ясувати різницю між поняттями «новація» та «інновація», щоб уникнути їх ототожнення. Переважна більшість дослідників, зокрема Р. А. Фатхутдінов, Д. І. Кокурін, В. Д. Дорофєєв, Г. М. Шмельова, Б. Ф. Заблоцький, О. М. Скібіцький, О. О. Румянцев, трактують термін «новація» (лат. *novatio* — оновлення, зміна) як продукт інтелектуальної діяльності людей, нову ідею або рішення, оформлений результат фундаментальних, прикладних чи експериментальних досліджень у будь-якій сфері людської діяльності, спрямований на підвищення ефективності діяльності. Це може бути винахід, новий порядок, метод, принцип, продукт, процес, техніка, технологія. Для з'ясування зв'язку між поняттями «новація» та «інновація» доцільно згадати твердження таких науковців, як М. П. Денисенко, А. П. Гречан, М. В. Гаман, В. М. Анишин, О. О. Дагаєв, які стверджують, що новація — це потенційна інновація, тобто нове рішення до його комерціалізації та споживання.

Поняття «інновація» (англ. *innovation* — введення новинок, нововведення) вперше було запропоновано Й. А. Шумпетером, який визначав інновацію як зміни з метою впровадження і використання нових видів споживчих товарів, нових виробничих і транспортних засобів, ринків і форм організації у промисловості [2, с. 53]. Такої ж думки дотримуються Л. С. Бляхман, Ф. Валента, А. І. Прігожин, Ю. В. Яковець та ін.

Однак поняття інновація дуже багатогранне і сьогодні в економічній літературі є багато тлумачень цього терміну. Кожне з цих визначень має право на існування, оскільки характеризує певний аспект поняття інновація і залежить від обраного об'єкта та предмета досліджень.

У Законі України «Про інноваційну діяльність» інновація — це новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоспроможні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери [3, с. 114]. Аналогічні твердження можна знайти у працях Ф. Ніксона, В. Д. Дорофєєва та Г. М. Шмельової.

Ряд авторів (О. М. Скібіцький, В. О. Василенко, В. Г. Шматько, В. М. Анишин, О. О. Дагаєв, Ж. Д. Дармілова, Е. Брюс, Д. Берчелл, Л. І. Михайлова, С. Г. Турчіна, О. О. Румянцев та ін.) асоціює інновацію як перше, прибуткове (комерційне)

використання новації (нової ідеї, результатів НТП), яке можливо здатне покращити певний аспект бізнесу: соціальний, управлінський, адміністративний, виробничий, організаційно-економічний, фінансовий, комерційний тощо.

Серед економістів також розповсюджена думка, що інновація — це процес. Наприклад, Б. Твіс визначає інновацію як процес, у якому винахід чи ідея набувають економічного змісту. На думку Б. Санто, інновація — це такий суспільно-техніко-економічний процес, який через практичне використання ідей та винаходів призводить до створення кращих за своїми якостями виробів, технологій та, у випадку, якщо інновація орієнтована на економічну вигоду, її поява на ринку може принести додатковий дохід [4, с. 23—24]. Б. Ф. Заблоцький вважає, що інновація — це процес формування нового мислення, створення, розробки, впровадження до виробничого використання і поширення нового технічного, товарного, системного, соціального, екологічного або іншого рішення (новації), що задовольняє певну виробничу, соціальну потребу чи якийсь національний інтерес [5, с. 51].

Крім того, у світовій економічній думці розповсюджене твердження, що інновація — це результат певної діяльності. Так, В. В. Стадник і М. А. Йохна стверджують, що інновація — це кінцевий результат креативної діяльності, втілений у введеному на ринок новому чи вдосконаленому продукті, технологічному процесі, що використовується у практичній діяльності, або новому підході до надання споживчих послуг [1, с. 21]. Відомий український дослідник у галузі інноваційної діяльності С. М. Ілляшенко вважає, що інновація — це кінцевий результат діяльності по створенню і використанню нововведень, втілених у вигляді удосконалених чи нових товарів (виробів чи послуг), технологій їх виробництва, методів управління на всіх стадіях виробництва і збуту товарів, що сприяють розвитку і підвищенню ефективності функціонування підприємств, які їх використовують [7, с. 18—19].

На нашу думку, для повнішого розкриття і поглиблення поняття інновація необхідно синтезувати існуючі підходи до висвітлення цього терміну і таким чином врахувати сильні сторони кожного з них. Особливої уваги заслуговує робота російських науковців під керівництвом Д. І. Кокуріна, які для повнішого висвітлення категорії інновація охарактеризували її в наступних аспектах: по-перше, як результат стадії створення, в рамках якої відбувається впровадження в практику інтелектуальних новацій, який виступає у вигляді продукту чи процесу; по-друге, як новація, що здатна задовольнити ринковий попит, тобто має комерційну результативність і виступає як результат стадії розповсюдження новацій; по-третє, як фактор виробничого процесу: впровадження нової техніки і технології, зміна організаційних структур, методів управління і т.д. У результаті виробнича система переходить на новий, вищий рівень, підвищує ефективність свого функціонування; по-четверте, як ефект внаслідок використання нововведень: технічний, соціальний, економічний і т.д. Економічний ефект на мікрорівні проявляється в додатковому прибутку та формуванні конкурентних переваг, а на макрорівні — у підвищенні якості життя нації в цілому [8, с. 9—10].

Таким чином, інновація — це результат створення, використання і розповсюдження об'єктів інтелектуальної власності, який змінює внутрішнє або зовнішнє середовище діяльності підприємства та забезпечує отримання певного виду ефекту і конкурентних переваг.

Наступним кроком у дослідженні інноваційного розвитку підприємства є з'ясування економічної суті таких категорій як «інноваційний процес» та «інноваційна діяльність».

Наприклад, О. О. Румянцев пов'язує інноваційний процес безпосередньо з певним підприємством або науковою організацією. Він вважає, що завершенням інноваційного процесу являється реалізація нового продукту, технології, інтелектуальної власності на ринку і використання їх в практичній діяльності [9, с.11]. Колектив науковців під керівництвом Є. О. Олейнікова, Л. П. Гончаренка та В. В. Березіна розглядають інноваційний процес як об'єкт управління і характеризують його передусім як процес послідовного перетворення ідеї в продукт — новацію, що проходить ряд взаємопов'язаних етапів: фундаментально-пошукові і прикладні дослідження, конструкторські розробки, виробництво (для матеріальних новацій), комерціалізація [10, с. 9]. Схожі твердження можна знайти у роботах таких дослідників, як В. Д. Секерін, В. М. Анишин, О. О. Дагаєв, О. М. Скібіцький, Л. О. Євдокімова, Л. С. Слесарьова.

Л. І. Михайлова, С. Г. Турчіна та С. Д. Ільєнкова вважають, що інноваційний процес — це підготовка та здійснення інноваційних змін, він складається із взаємопов'язаних фаз, таких як: створення (винаходу), освоєння та розповсюдження інновацій [11, с.30], які утворюють єдине, комплексне ціле. О. Є. Кузьмін розглядає інноваційний процес як сукупність етапів з формування нових знань про предмет або явище та їх використання на практиці з метою одержання цільового результату (збільшення обсягу та диверсифікування джерел отримання прибутку, зниження рівня витрат, поліпшення кредитоспроможності тощо), що супроводжується певними затратами праці, коштів, часу [12, с.23]. Сукупністю окремих операцій або фаз отримання нових знань, створення, освоєння та впровадження нових розробок називають інноваційний процес В. Д. Дорофєєв, Г. М. Шмельова, М. П. Денисенко, А. П. Гречан, М. В. Гаман та ін. Д. І. Кокурін наголошує, що інноваційний процес має стратегічний характер і являє собою систематичний процес формулювання та реалізації стратегії, яка дозволить компанії отримати прибуток від інновації [8, с. 314].

Колектив авторів О. І. Волков, М. П. Денисенко, А. П. Гречан та ін. розглядають інноваційний процес із різних позицій і з різним ступенем деталізації. По-перше, як паралельно-послідовне здійснення науково-дослідної, науково-технічної, інноваційної, виробничої діяльності і маркетингу. По-друге, як тимчасові етапи життєвого циклу нововведення від виникнення ідеї до її розробки і поширення. По-третє, як процес фінансування та інвестування розробки і поширення нового виду продукту або послуги. В загальному вигляді інноваційний процес являє собою одержання і комерціалізацію винаходу, нових технологій, видів продуктів і послуг, рішень виробничого, фінансового, адміністративного або іншого характеру та інших результатів інтелектуальної діяльності [13, с.15].

Таким чином, інноваційний процес є процесом послідовного перетворення нової ідеї в інновацію. Він включає в себе ряд взаємопов'язаних етапів, які дозволяють трансформувати нову ідею в об'єкт інтелектуальної власності, довести його до практичного використання з метою одержання певного виду ефекту.

Поняття «інноваційна діяльність» розглядається у працях багатьох вітчизняних і зарубіжних науковців. Так, Л. М. Огольова вважає, що інноваційна діяльність являється не одиничним актом впровадження будь-якої новації, а цілеспрямованою системою заходів по розробці, впровадженню, освоєнню, виробництву, дифузії і комерціалізації новацій [14, с. 17]. Аналогічні твердження можна зустріти у дослідженнях С. М. Ілляшенка, Б. Ф. Заблоцького, М. П. Денисенка, А. П. Гречана, М. В. Гамана та ін.

Д. І. Кокурін, В. М. Анишин, О. О. Дагаєв, Л. О. Євдокімова, Л. С. Слесарьова, О. О. Румянцев, О. М. Скібіцький, О. І. Волков, М. П. Денисенко, В. В. Коссов та ін. стверджують, що інноваційна діяльність — це вид діяльності, пов'язаний із трансформацією ідей (зазвичай результатів наукових досліджень або інших науково-технічних досягнень) у технологічно нові або удосконалені продукти чи послуги, впроваджені на ринку, в нові або удосконалені технологічні процеси чи способи виробництва (передачі) послуг, використовувані в практичній діяльності [15, с. 37].

Як бачимо, категорії «інноваційний процес» та «інноваційна діяльність» є досить схожими, але не тотожними. На нашу думку, основна їх відмінність полягає в тому, що інноваційна діяльність поняття більш об'ємне, охоплює всі сфери діяльності і характеризує обраний підприємством чи організацією інноваційний напрямок розвитку, а інноваційний процес стосується лише певної конкретної інновації.

Багато досліджень з питань інноваційного розвитку було проведено вітчизняним науковцем С. М. Іллященком. Він вважає, що інноваційним є розвиток, що спирається на безупинні пошук і використання нових способів і сфер реалізації потенціалу підприємства у мінливих умовах зовнішнього середовища у рамках обраної місії та прийнятої мотивації діяльності і який пов'язаний з модифікацією існуючих і формуванням нових ринків збуту [7, с. 23]. Такої ж думки дотримуються О. І. Волков, М. П. Денисенко, А. П. Гречан та ін., які зазначають, що інноваційний розвиток передбачає безперервне оновлення асортименту продукції і технологій її виробництва, удосконалення системи управління виробництвом і збутом [13, с. 241]. Вітчизняні науковці В. В. Стадник і М. А. Йохна вважають, що інноваційний розвиток — це спосіб економічного зростання, оснований на постійних і систематичних нововведеннях, спрямованих на суттєве поліпшення усіх аспектів діяльності господарської системи, періодичному перегрупованні сил, обумовленому логікою НТП, цілями і завданнями розвитку системи, можливістю використання певних ресурсних чинників для створення інноваційних товарів і формування конкурентних переваг [1, с. 28].

Таким чином, інноваційний розвиток у першу чергу характеризує обраний підприємством стратегічний напрямок діяльності, який направлений на систематичне і комплексне використання інновацій у всіх сферах діяльності підприємства і забезпечення на цій основі сталого економічного зростання у довгостроковій перспективі.

Для узагальнення теоретичних аспектів інноваційного розвитку підприємства, виявлення взаємозв'язків між окремими економічними категоріями, які лежать в основі цього процесу змодельовано алгоритм інноваційного розвитку підприємства (рис. 1).

На початковому етапі необхідно провести аналіз вихідної ситуації, а саме: дослідити потреби і запити споживачів, рівень конкуренції у відповідних сегментах ринку, постачальники та рівень цін на основні ресурси, а також потенціал підприємства. На основі цих даних можна точніше визначити напрямок інноваційної діяльності та відібрати найперспективніші ідеї серед багатьох альтернатив. Далі відбувається перетворення нової ідеї у новацію, тобто проводяться фундаментальні, прикладні або експериментальні дослідження, розробляються дослідні зразки, моделюються певні ситуації, а також готується дослідно-конструкторська документація. Наступний етап передбачає впровадження новації у практичне використання на підприємстві та забезпечується його комерціалізація. Перераховані роботи відносяться до конкретного інноваційного процесу, а сукупність усіх

інноваційних процесів, які відбуваються на підприємстві незалежно від часу і місця їх реалізації, забезпечують здійснення інноваційної діяльності. В свою чергу, інноваційний розвиток підприємства можливий лише за умови досягнення ефективності інноваційної діяльності та орієнтації на довгострокову перспективу.

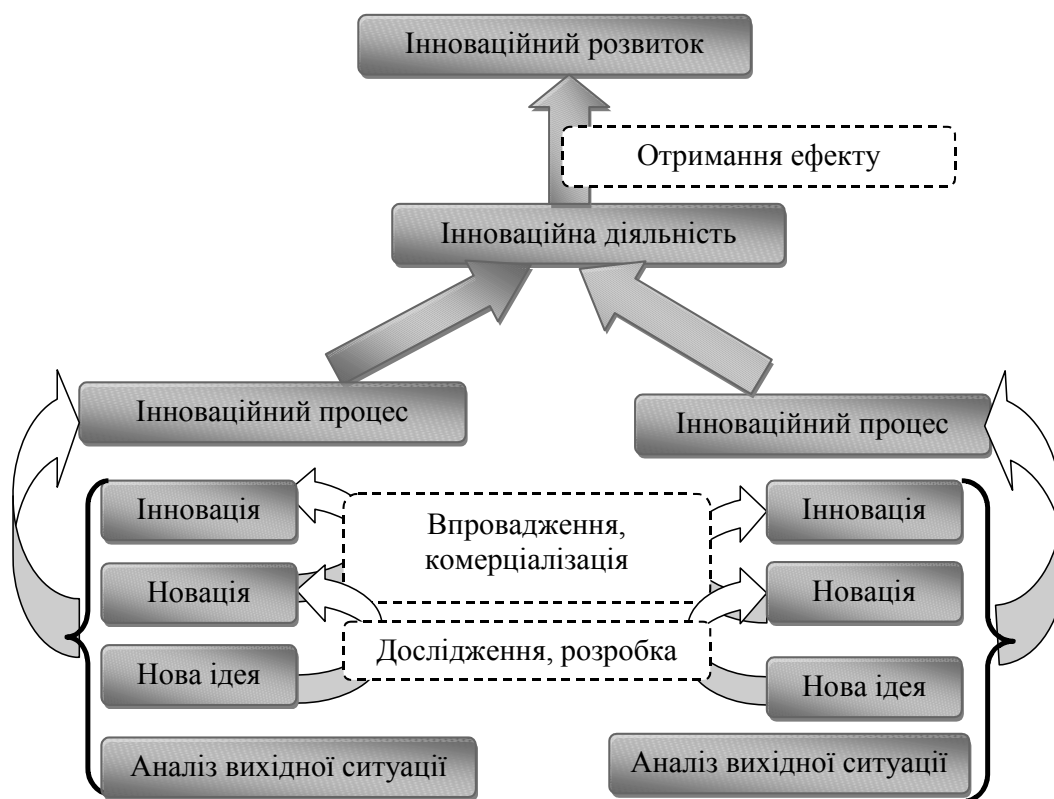


Рис. 1. Алгоритм інноваційного розвитку підприємства

Дослідження показали, що для налагодження ефективної системи управління інноваційним розвитком необхідно враховувати особливості кожного з етапів інноваційного процесу. При цьому найчастіше використовують концепцією життєвого циклу товару, доповнюючи його стадіями, які притаманні саме інноваційному циклу.

Висновки. Трансформаційні процеси у світовій економіці, що відбулися за останні десятиріччя, доводять необхідність пошуку нових методів ведення бізнесу. Досягнення успіху в сучасному світі залежить перед усім не від потенційних можливостей, а вміння знайти правильний спосіб і напрямок їх використання, здатності генерувати нові ідеї та впроваджувати їх у різні сфери діяльності підприємства. Не менш важливим фактором досягнення конкурентних переваг є здатність швидко адаптуватися до динамічних змін у зовнішньому середовищі. Таким чином, інноваційний розвиток підприємства можливий лише за умови ефективного управління, що орієнтується на довгострокову перспективу, тобто має стратегічну направленість.

Інноваційний розвиток направлений на систематичне і комплексне використання інновацій у всіх сферах діяльності підприємства для забезпечення сталого економічного зростання у довгостроковій перспективі. Для узагальнення теорети-

чних аспектів інноваційного розвитку, виявлення взаємозв'язків між окремими економічними категоріями, які лежать в основі цього процесу змодельований алгоритм інноваційного розвитку підприємства за окремими етапами. Причому початок життєвого циклу інновації стає можливим лише тоді, коли на ринку виникає реальна потреба у змінах (змінилися вимоги споживачів) підкріплена купівельною спроможністю, а підприємець-інноватор, оцінивши нові можливості та внутрішній інноваційний потенціал, згоден прийняти на себе ризик, пов'язаний з втіленням новації в життя.

Література

1. Стадник В. В., Йохна М. А. Інноваційний менеджмент: Навчальний посібник / В. В. Стадник, М. А. Йохна. — К. : Академвидав, 2006. — 464 с.
2. Шумпетер Й. А. Теория экономического развития: Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры. / Й.А. Шумпетер — М. : Прогресс, 1982. — 456 с.
3. Про інноваційну діяльність: Закон України від 4 липня 2002 р. №40-ІУ // Відомості Верховної Ради (ВВР). — 2002. — № 36. — Ст. 266.
4. Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу: Монографія / За ред. д.е.н., професора С. М. Іллященко. — Суми: ВТД «Університетська книга», 2008. — 615 с.
5. Заблоцький Б. Ф. Економіка й організація інноваційної діяльності: Навч. посібник / Б. Ф. Заблоцький. — Львів : Новий світ-2000, 2007. — 456с.
6. Евдокимова Л. О. Инновационный менеджмент : учеб. для студ. вузов / Л. О. Евдокимова, Л. С. Слесарева ; Рос. гос. гидрометеоролог. ун-т. — 2-е изд. — СПб. : Андреевский издательский дом, 2008. — 168 с.
7. Іллященко С. М. Управління інноваційним розвитком: Навчальний посібник / С. М. Іллященко. — 2-ге вид., перероб. і доп. — Суми : ВТД «Університетська книга»; К. : Видавничий дім «Княгиня Ольга», 2005. — 324 с.
8. Инновационная экономика (управленческий и маркетинговый аспекты) / Д. И. Кокурин [и др.]. — М. : Экономика, 2011. — 532 с.
9. Румянцев А. А. Менеджмент инноваций. Как научную разработку довести до инновации : учеб. пособие / А.А. Румянцев. — СПб. : Бизнес-пресса, 2007. — 200 с.
10. Инновационный менеджмент : учебное пособие. — М. : КНОРУС, 2005. — 514 с.
11. Михайлова Л. І. Інноваційний менеджмент : навч. посіб. для студ. вузов / Л.І. Михайлова, С.Г. Турчіна. — К. : ЦУЛ, 2007. — 248 с.
12. Інноваційний менеджмент: статико-динамічна візуалізація : навч. посіб. / за ред. О. Є. Кузьміна. — 2-е вид., переробл. — Л. : Львівська політехніка, 2011. — 212 с.
13. Волков О. І., Денисенко М. П., Гречан А. П. та ін. Економіка та організація інноваційної діяльності : Підручник (третє видання). — К. : Центр учбової літератури, 2007. — 662 с.
14. Инновационный менеджмент : учеб. пособие / Под ред. д.э.н. Л.Н. Оголевой. — М. : ИНФРА-М, 2006. — 238 с.
15. Основы инновационного менеджмента : учеб. пособие / под ред. проф. : В. В. Косова. — М. : Магистр, 2009. — 429 с.

Стаття надійшла до редакції 14.11.2013