

УДК 330. 332: 339. 137. 23

ІННОВАЦІЙНІ ПРІОРИТЕТИ ДІЯЛЬНОСТІ ЕКОНОМІЧНИХ СУБ'ЄКТІВ

*Чучіна І.М., асис.**Кременчуцький державний політехнічний університет
імені Михайла Остроградського**39614, вул. Першотравнева, 20, м. Кременчук**E-mail: ket@polytech.poltava.ua*

Рассмотрена эволюция теории управления инновациями во взаимосвязи с развитием теории стратегического управления. Обоснована актуальность интеграции стратегического управления и управления инновациями, охарактеризована особенность управления инновационной стратегией предприятия, определены ее направления.

Ключевые слова: управление инновациями, стратегического управления, инновационная стратегия.

The article considers the evolution of the innovations management theory in its connection with the development of the strategic management theory. The actuality of the strategic and innovations managements integration is grounded; it will allow the efficiency increase in the field of the innovations development and implementation by the enterprises. The features of management by realization of innovative strategy of the enterprise are characterized, directions on which it can be realized.

Key words: strategic and innovations managements, innovative strategy.

Вступ. У ринковому середовищі підприємство може існувати лише за умови постійного вдосконалення своєї діяльності, підтримуючи здобуті та формуючи нові конкурентні переваги для стабільного розвитку та конкурентоспроможності. Багато вчених впевнені, що у XXI столітті досягти економічного успіху та конкурентних переваг зможуть підприємства, які оберуть інноваційну стратегію розвитку як ефективний метод конкурентної боротьби. Ефективність інноваційної стратегії підприємства залежить не лише від наявності в нього необхідних ресурсів, а й від уміння керівництва правильно управляти процесом реалізації інноваційної стратегії.

Аналіз попередніх досліджень. Доцільність інтеграції управління інноваціями та стратегічного управління досліджували Філіпова К.В., Казанцев А.К., Коробейников О.П. Питання управління стратегією підприємства розглядаються в працях багатьох вітчизняних науковців: Чубай В.М., Шершньова З.Є., Василенко В.О., Ткаченко Т.І.

Тривалий час інноваційний процес мав короткостроковий характер, а об'єктами управління були стабільний виробничий процес, стабільна виробничо-технічна база, відносно незмінна номенклатура продукції. Однак економічна ситуація та економічні умови розвитку підприємства, які склалися сьогодні потребують удосконалення системи управління інноваційною діяльністю: підвищення уваги до ефективності організації досліджень і розробок, нововведень на всіх стадіях життєвого циклу продукції, що виготовляється підприємством, максимальне зниження інноваційного ризику та значне скорочення термінів впровадження нових технологій.

Мета роботи. Визначити роль інноваційної стратегії підприємства для забезпечення ефективного його функціонування у ринковому середовищі.

Матеріал і результати дослідження. Враховуючи важливість інноваційних процесів в діяльності кожного підприємства та всього суспільства необхідно звернути увагу як на теоретичні так і на практичні питання управління інноваційною діяльністю. Для сучасного підприємства управління інноваційною діяльністю є невід'ємною частиною його роботи та однією з головних складових його розвитку і зміцнення позицій, як на вітчизняному так і на світовому ринку.

З розвитком ринку та появою нових технологій ускладнюється виробничий процес та розвивається інноваційна діяльність, ускладнюється її організація та управління. В теорії управління інноваційною діяльністю виділяють 4 етапи її розвитку [1].

На першому етапі розпочався перехід від сільськогосподарської економіки до індустріальної, з'явилися перші лабораторії та дослідні центри з впровадження нових технологій. Так, у 1867 році з'явилася перша промислова лабораторія, яка займалася розвитком технології фарбування, її створила німецька компанія «BASF». У 1876 році Т. Едісон заснував дослідну лабораторію в «Menlo Park, New Jersey» (США). Саме впровадження науково-дослідних розробок у виробництво забезпечило успіх Т. Едісона та Г. Форда. Згодом наукові лабораторії та дослідницькі центри подібного типу почали з'являтися в великих корпораціях всього світу.

У 1950 – 1970-х роках менеджери звернули увагу на необхідність управління науково-дослідною діяльністю. Тобто для досягнення успіху корпорацій необхідно не лише впрова-

джувати новітні технології, а й ефективно управляти науково-дослідною роботою.

Третій етап відзначився формуванням корпоративного портфеля продуктивних інновацій. Успіх компанії та перспективи розвитку все більше почали залежати від науково-дослідної роботи, а з розвитком науково-технічного прогресу зростають витрати на цю діяльність компанії. Для того, щоб раціонально розподілити прибуток і ризик між виробництвом продукції та інноваціями, компанії починають формувати збалансований бізнес-портфель.

Четвертий етап – управління на основі спільного прийняття рішень. Для того, щоб задовольнити потреби споживачів та щоб нововведення були ефективними і приносили максимальний прибуток, було запропоновано залучити до розробки нової продукції не лише вчених і виробників, а й споживачів. Такий підхід до управління інноваційною діяльністю є новою тенденцією, яка зумовлена переходом до економіки високих технологій та орієнтацією на світові стандарти.

Здатність підприємства правильно управляти інноваційною діяльністю підвищує його шанси у конкурентній боротьбі та надає переваги на сегменті ринку, де працює фірма, саме тому при управлінні інноваціями підприємству необхідно виконувати безліч різнопланових завдань.

До основних завдань управління інноваціями відносять:

- дослідження ринку для введення нової продукції;
- прогнозування етапів життєвого циклу нової продукції;
- визначення способів продажу нового продукту;
- дослідження кон'юнктури ринку ресурсів;
- вивчення можливих варіантів освоєння нового технічного складного чи ризикованого продукту;
- здійснення аналізу економічної діяльності, витрат, обсягів виробництва, ціни;
- оцінювання ефективності інноваційного проекту;
- аналіз та визначення методів мінімізації ризиків [2].

З урахуванням різноплановості завдань управління інноваційною діяльністю повинно містити стратегічний аспект.

Стратегічне управління інноваційною діяльністю необхідне підприємству для прогнозування змін в економіці, для пошуку шляхів реалізації розробленої інноваційної стратегії, яка забезпечуватиме успіх діяльності підприємства в майбутній перспективі. Визначення напрямків виробничої та науково-технічної роботи, вдосконалення та покращення якості продукції, її модифікація, впровадження нових методів організації управління та виробничого процесу, виконання всіх цих завдань передбачене стратегічною інноватикою.

Стратегічне управління інноваційною діяльністю пройшло чотири етапи розвитку [1].

Перший етап – управління витратами. У 1900 – 1950 рр. з'являються перші системи планування, основою яких було складання щорічних фінансових кошторисів за статтями витрат на різні цілі. Головною задачею кошторисів було управління витратами. На той період розвитку господарських відносин фінансове

планування було достатньою умовою ефективного функціонування підприємства.

Другий етап – управління на основі екстраполяції минулих тенденцій. З розвитком конкуренції підприємствам недостатньо було планування бюджету, їм необхідно було переходити на довгострокове планування. Цей метод підвищення конкурентоспроможності виправдав себе і був прийнятий більшістю великих та середніх підприємств.

Третій етап – управління на основі передбачення змін. Із часом управління на основі екстраполяції минулих тенденцій перестали вживати. Основними причинами цього стала невідповідність цього методу темпам розвитку зовнішнього середовища, конкуренції та наростання кризових явищ (енергетична криза 1970 р.). Тому почав використовуватися новий вид планування – стратегічне. Призначенням стратегічного планування було складання майбутніх прогнозів розвитку ринку, що забезпечувало ринку швидку та адекватну реакцію на зміни. Цей метод отримав назву управління на основі передбачення змін.

Четвертий етап – управління на основі гнучких екстрених рішень. У 1970 – 1990 рр. західні фірми почали переходити від стратегічного планування до стратегічного управління діяльністю. Такий метод дозволяє фірмам перейти від прийняття рішень як відповіді на поточні проблеми до прогнозування та аналізу проблем. Сучасне стратегічне управління полягає у побудові стратегії не від минулого до сьогодення, а від майбутнього через минуле до сьогодення і має назву управління на основі гнучких екстрених рішень.

Взаємозв'язок інноваційного та стратегічного управління очевидний і в майбутньому можлива їх інтеграція, що зумовлена впливом інвестицій, які все більше визначають перспективи розвитку підприємства. В зв'язку з ускладненням зовнішніх умов, що впливали на діяльність господарюючих суб'єктів відбувалася еволюція систем інноваційного та стратегічного управління. З кожним роком підвищується рівень впливу новітніх технологій на стратегічну конкурентоспроможність підприємства. На даний час важко недооцінити актуальність вивчення управління інноваційною стратегією на підприємствах.

Управління інноваційною стратегією передбачає вибір необхідної підприємству стратегії. Цей вибір залежить від інноваційних можливостей фірми та її ринкових позицій.

Інноваційна стратегія – стратегія, націлена на передбачення глобальних змін в економічній ситуації та пошукові масштабних рішень, спрямованих на зміцнення ринкових позицій і стабільний розвиток підприємства [2].

Вибір інноваційної стратегії повинен відповідати загальній стратегії розвитку організа-

ції, бути прийнятним за рівнем ризику, передбачати прийнятність ринком нововведення. Управління інноваційною стратегією не обмежується лише її вибором. Необхідно оцінити всі можливості фірми, передусім ресурсні, управляти процесами на підприємстві, раціоналізувати витрати, враховувати конкурентоспроможність та узгодженість фірми з ринковим середовищем її існування [3].

Першим етапом управління інноваційною стратегією є управління ресурсним потенціалом підприємства.

Управління ресурсами включає:

- управління фінансовими ресурсами;
- управління матеріальними ресурсами;
- управління нематеріальними активами;
- управління персоналом;
- управління виробничими основними засобами;
- управління інформаційними ресурсами.

Наступною складовою управління інноваційною стратегією є керівництво процесами на підприємстві, воно включає: управління науково-дослідною роботою, управління експериментальним освоєнням і промисловим виробництвом, управління збутом інноваційної продукції.

Управління науково-дослідною роботою дає можливість підприємству регулювати дану роботу, проводити тестування інноваційних розробок і забезпечити постійне оновлення інноваційної продукції.

Під час промислового виробництва необхідно проводити перевірки проходження виробничого процесу на всіх його етапах, оптимізувати розміщення обладнання в цехах, тестування виготовленої продукції, слідкувати за дотриманням трудової дисципліни та використання новітнього, автоматизованого обладнання. Експериментальне освоєння виробництва передбачає: виготовлення експериментальної інноваційної продукції та встановлення експериментального обладнання, орієнтацію на вітчизняних та закордонних конкурентів. Ефективне управління за цим напрямком забезпечить підприємству підтримання його іміджу та вихід на нові ринки з вже протестованою інноваційною продукцією.

Управління конкурентоспроможності інноваційної продукції передбачає управління якістю продукції, її ціною, а також роботою маркетингового відділу. Управління якістю продукції передбачає, перш за все, виготовлення продукції з високоякісних матеріалів і сировини, сертифікація продукції, орієнтація на світові стандарти якості, зниження затрат споживачів на експлуатацію продукції, підвищення енергомисності та екологічності інноваційної продукції. Управління ці-

ною продукції передбачає створення систем знижок для постійних клієнтів, реакцію на зміну ціни конкурентами, встановлення експортної цінової політики. Управління роботою маркетингового відділу забезпечує ефективне просування продукції на ринку збуту за допомогою: різноманітних видів реклами, проведення акцій для покупців інноваційної продукції. Не менш важливим для просування інноваційної продукції на ринки збуту є вдосконалення її дизайну та упакування. Проводячи всі ці заходи, підприємство зможе отримати імідж конкурентоспроможного прогресивного підприємства та розширити ринки збуту як на державному, так і на міжнародному рівні.

Ефективне управління інноваційною стратегією за всіма напрямками дає можливість підприємству працювати та отримувати прибуток, навіть за нестабільності ринкових умов та реалізувати інноваційну продукцію на найбільш вигідних для підприємства умовах.

Висновки. Таким чином, для забезпечення ефективного функціонування підприємства у ринковому середовищі та отримання ним конкурентних переваг необхідно високопрофесійно управляти інноваційною стратегією підприємства. Процес управління інноваційною стратегією повинен здійснюватися постійно та за всіма напрямками. Саме комплексний характер управління інноваційною стратегією забезпечить підприємству отримання максимального прибутку від її реалізації.

ЛІТЕРАТУРА

1. Філіпова К.В. Стратегічний аспект інноваційного розвитку організації// Актуальні проблеми економіки. – 2007. - № 1. – С. 91-95.
2. Йохна М.А., Стадник В.В. Економіка і організація інноваційної діяльності: Навчальний посібник. – К.: Видавничий центр «Академія», 2005. – 400 с.
3. Чубай В.М. Управління реалізацією інноваційної стратегії підприємства// Вісник НУ «Лівівська політехніка»: Логістика. – 2006. - № 552. – С. 321-329.

Стаття надійшла 31.05.2008 р.
Рекомендовано до друку к.е.н., доц.
Маслак О.І.