

Єфремов Олександр Сергійович,
здобувач кафедри економіки підприємства
Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля (м. Луганськ)

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ОСНОВНИХ ЕЛЕМЕНТІВ СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Визначено підстави поєднання концепцій інноваційного та стратегічного розвитку підприємства. Обґрунтовано доцільність впровадження методології інтегрування стратегічного управління, маркетингу та інноваційної діяльності для забезпечення стійкого розвитку підприємств.

Ключові слова: стратегія, інновація, розвиток, чинник, управління, зміна.

Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Керівники вітчизняних підприємств лише нещодавно почали усвідомлювати, що стратегічний менеджмент є невід'ємною складовою успішної діяльності. Підприємство сьогодні не може існувати на ринку без ефективних стратегій реагування на зміни зовнішнього середовища й потреби його цільових груп споживачів та ринків. За таких умов значення пошуку ефективних стратегій та інновацій постійно зростає. Споживачі схвалюють зміни, технологічні нововведення та інновації, а виробники шукають нові способи збільшення цінності пропонованих товарів для покупців. Підприємства, які не приділяють належної уваги цим змінам і не здатні оперативно реагувати на них, приречені бути витісненими з ринку потоком нових товарів, послуг, більш ефективних стратегій конкурентів.

Важливість інновацій у діяльності підприємств зумовлюється багатьма чинниками. В останнє десятиріччя дії світових конкурентів в інноваційній сфері призвели до того, що Україна почала стрімко втрачати позиції серед технологічно розвинених країн, де частка наукоємних виробництв і витрат на НДДКР у ВВП неухильно зростає. Фахівці визнають, що XXI століття – це століття знань, більша частка ВВП передових країн припадатиме на виробництво нових продуктів та їхнього продажу. Причому через глобальну конкуренцію, швидкі зміни, потоки інформації, що збільшуються й прискорюються, труднощі бізнесу та різке скорочення життєвого циклу інноваційних товарів часу на отримання надприбутку залишається все менше.

В умовах, що склалися, розроблення науково-теоретичних і практичних підходів до забезпечення інновацій як основи стратегій розвитку підприємства має дуже важливе значення. Очевидно, що цей процес повинен спиратися на обґрунтовані теоретичні концепції і прогнози, щоб виявляти значущі для діяльності підприємств стратегічні проблеми й цілі: зокрема, які ключові конкурентні переваги підприємства; на яких продуктових ринках і в яких регіонах підприємство повинне працювати; який шлях розвитку необхідно обрати. Проте розроблення інноваційних стратегій для багатьох підприємств залишається на другому плані. Більшість керівників звертають увагу лише на окремі стратегічні елементи. Причому поза увагою керівників часто залишаються ключові питання з погляду організації інноваційного бізнесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Звернемося до використання у науковому обігу поняття «інноваційний розвиток підприємства». У цілому поняття «інноваційний розвиток підприємства» є досить поширеним у вітчизняних наукових працях у галузі економіки та управління. Слід зазначити, що в іноземній літературі

поняття «innovation development» майже не використовується. Замість цього в схожих за змістом дослідженнях використовується сполучення «innovation for development» – дослівно з англійської мови «інновації для розвитку». При цьому, по суті, у таких дослідженнях виконують кореляцію показників інноваційної діяльності з рівнем розвитку, оцінюють вплив інновацій на довгостроковий розвиток соціально-економічних систем [8] та досліджують інноваційну політику як складову стратегій розвитку [7].

У цілому погодимося з думкою Ю.С. Погорелова, який стверджує, що «з одного боку, велика кількість публікацій з інноваційного розвитку нібито забезпечує його легітимність. А з іншого, – майже в жодній публікації не наводиться власне тлумачення інноваційного розвитку, зокрема підприємства; найчастіше його тлумачення не відрізняється від визначення поняття розвитку. Найбільш поширеним аргументом на користь використання поняття інноваційного розвитку є такий: інноваційний розвиток відбувається за рахунок інновацій» [5]. Проте не погоджуємося з думкою Ю.С. Погорелова, який визначає, що «скоріше за все це поняття не може мати самостійного застосування через його невизначеність та похідний характер від основного поняття – розвитку підприємства» [5]. У вітчизняних наукових публікаціях поняття «інноваційний розвиток» є дуже поширеним. Дійсно, багато авторів використовують це сполучення апріорно, не звертаючи увагу на необхідність наукового обґрунтування цього поняття на основі відповідних методів (онтологічного аналізу, аналізу понятійних триад та ін.), навіть не звертаючися до його сутності та не визначаючи його наукового статусу. Це, звісно, призводить до великої кількості «спекуляцій» цим поняттям. Проте на нашу думку, це не означає, що поняття «інноваційний розвиток підприємства» на повинно існувати. Це лише підтверджує необхідність та своєчасність дослідження методології інноваційного розвитку та управління інноваційним розвитком.

Спроби обґрунтувати визначення поняття «інноваційний розвиток підприємства» можна простежити в працях багатьох учених. Наприклад, А.С. Гальчинський та В.М. Гесць зазначають, що «на практиці інноваційний розвиток не став однією з головних характеристик зростання національної економіки України, оскільки позитивні тенденції мають переважно тимчасовий характер» [2, 4]. Можна побачити, що в цьому випадку «інноваційний розвиток» використано як характеристику деякого процесу зростання економіки. Провідний фахівець у галузі інноваційного розвитку С.М. Ілляшенко інноваційний розвиток визначає як «процес господарювання, що спирається на безупинні пошук і використання нових способів і сфер реалізації потенціалу підприємств у мінливих умовах зовнішнього середовища в рамках обраної місії та прийнятної мотивації діяльності та пов'язаний із модифікацією існуючих і формуванням нових ринків збуту» [3].

С.М. Ілляшенко та О.А. Біловодська при аналізі процесу управління інноваційним розвитком підприємства звертаються до парадигми стратегічного управління, для опису якого явно використовують поняття системного підходу: «стратегічне управління інноваційним процесом здійснюється відповідно до вимог системного підходу – від загального до окремого. При цьому через зворотні зв'язки відбувається уточнення (коригування) стратегій більш високих рівнів. Тобто процес є ієрархічним та циклічним, може охоплювати кілька ітерацій, кількість яких визначається на основі розрахунків економічної доцільності» [3]. Управління інноваційним розвитком згідно з С.М. Ілляшенко та О.А. Біловодською «орієнтоване на досягнення поставлених цілей в умовах конкурентного середовища, коли цілі інших суб'єктів господарювання можуть з ними не збігатися і, як правило, не збігаються. Це протиріччя цілей слід урахувати, узгоджуючи окреслені цілі з можливостями їх досягнення» [3]. У той самий час

С.М. Ілляшенко та О.А. Біловодська зазначають, що «процес інноваційного розвитку необхідно розглядати з позицій конкретного суб'єкта господарської діяльності в конкретних економічних, політичних, екологічних, правових та інших умовах» [3, с. 141].

Л.І. Федулова визначає інноваційний розвиток економіки в цілому як «зростання її показників, забезпечених за рахунок реалізації інноваційних проектів і впровадження нововведень» [5, с. 35]. Автор визначає, що механізм реалізації науково-технічного прогресу на макrorівні забезпечується реалізацією інноваційних процесів на мікрорівні.

Метою статті є визначення взаємозв'язку основних елементів стратегії інноваційного розвитку підприємства та визначення підстав поєднання концепцій інноваційного та стратегічного розвитку підприємства.

Основний матеріал. Багато вчених звертають увагу на поєднання цілей і завдань інноваційних та стратегічних процесів. Дослідження тенденцій розвитку господарської діяльності, з одного боку, і джерел економічного зростання, – з іншого, свідчить про істотне посилення ролі інновацій у стратегічному управлінні підприємством. У сучасних умовах стратегічне положення підприємств на ринку багато в чому визначає їхню здатність здійснювати інноваційну діяльність, здійснювати перспективні науково-дослідні розробки й реалізовувати ефективні інноваційні програми. Але, незважаючи на цілком очевидний взаємозв'язок ефективності стратегічного розвитку та інновацій, методи їхньої інтеграції до цього часу залишаються недостатньо вивченими. Незважаючи на значний внесок дослідників у теорію управління інноваціями, у їхніх працях не ставилися цільові завдання формування методологічної бази управління інтеграцією інноваційної діяльності та стратегічного розвитку підприємства. Тому в дослідженні не сформульовані концептуальні підходи, форми й способи стратегічного розвитку підприємства на основі інновацій. Сьогодні в теоретичній систематизації мають потребу принципи й джерела ефективного інноваційного розвитку. Разом із цим потребують структурування взаємозв'язку стратегічних та інноваційних процесів та механізм їхньої інтеграції, що обґрунтовує оцінку, відбір та аналіз напрямів розвитку підприємства на основі інновацій. Наукове опрацювання та практичні рекомендації потрібні й для визначення шляхів формування ефективної інноваційної політики. Огляд формування інноваційного розвитку як методологічного напрямку в економічній науці показує, що в процесі виникнення і становлення він зазнає змін. Зміст інноваційного розвитку, що осмислюється в системі картини світу, розглядається не тільки з науково-технічних, але й стратегічних позицій, що у даний час набуває вирішального значення.

Недостатнє залучення інноваційних розробок до господарської діяльності підсилює технологічне відставання вітчизняних підприємств, уповільнює просування на ринок прогресивної наукоємкої продукції, стримує економічне зростання, підвищення конкурентоспроможності виробництва і, як наслідок, не забезпечує ефективних шляхів для стратегічного розвитку підприємств. Дослідження інтеграційних моментів дає підставу висунути гіпотезу про можливість зближення і взаємопроникнення стратегічного та інноваційного розвитку. Актуальність їхньої єдності обумовлюється необхідністю формування ефективної методологічної бази, яка б забезпечувала урахування інноваційних розробок при формуванні стратегічних напрямків розвитку підприємств. Вирішення цих проблем можливе на основі дослідження сутності, основних принципів, джерел і методів інноваційного розвитку суб'єктів господарювання. Вивчення сутнісних характеристик інтеграції інноваційних перетворень і стратегічного розвитку, у свою чергу, дозволить сформулювати необхідну науково-методичну базу та виробити ефективні практичні рекомендації із забезпечення економічного зростання підприємств і підвищення конкурентоспроможності їхньої

продукції на основі інновацій.

Вивчення сутності й необхідності інноваційного розвитку, а також його інтеграції зі стратегічними процесами на підприємстві доцільно розглядати з позиції трансформації економічних відносин. Розрив між змістом зовнішніх змін у господарському середовищі й характером виробничих відносин у внутрішньому середовищі підприємств приводить до виникнення економічних протиріч, що вимагають методологічного вирішення. Дослідження виникнення взаємозв'язків і зміцнення взаємодії між науково-дослідними перетвореннями у використовуваних технологіях, з одного боку, і загальної ринкової стратегії підприємства – з іншого, дасть можливість не лише описати сучасне економічне розуміння інноваційного розвитку, але й дасть змогу визначити його місце в системі господарських відносин. Цікавим з погляду практичного використання та подальшого розроблення є підхід, запропонований у праці А.Б. Вишнякової [1] щодо розроблення стратегії стійкого розвитку промислового підприємства.

Підприємство як відкрита система може забезпечити досягнення своєї внутрішньої мети (отримання прибутку) за рахунок надання результатам своєї діяльності у вигляді продуктів (товарів) характеристик, які відповідають вимогам зовнішнього середовища підприємства як з боку споживачів, так і держави (екологічна безпека, соціальна безпека). Необхідно зазначити, що, незважаючи на те, що ці цілі є протилежними, необхідно досягати певного оптимуму в їхньому поєднанні. Очевидно, що стратегії підприємства, орієнтовані лише на прибуток або лише на задоволення запитів споживачів, однаково помилкові, оскільки не дозволяють забезпечити виживання і розвиток підприємства як системи, тобто без задоволення запитів споживачів неможливо отримати прибуток, у той самий час, попит без можливості отримання певного економічного ефекту також не становить інтересу для підприємств. Стратегія інтенсивного зростання промислового підприємства має бути оптимальним варіантом досягнення цих суперечних цілей у перспективному періоді часу. Саме стратегія інтенсивного зростання повинна пов'язувати воедино ці суперечні цілі.

Моніторинг динаміки прибутку, отриманого за рахунок виробництва кожного з продуктів, що випускаються підприємством, є свого роду «сигнальною» системою, оскільки падіння обсягів прибутку відбувається трохи раніше, ніж падіння обсягів реалізації продукції. Настання цього моменту за тим або іншим продуктом, що випускається й реалізується підприємством, свідчить про те, що стадія зрілості (насичення) життєвого циклу даного товару найближчим часом зміниться на стадію спаду, що, у свою чергу, свідчить про необхідність активізації інноваційної діяльності підприємства, спрямованої на «заміщення» цього продукту, тобто продукту, що заміщає даний товар у номенклатурі підприємства, і про те, що в підприємства ще є час і ресурси (за рахунок реалізації «старіючого» товару), необхідні для здійснення відповідних інноваційних перетворень. У випадку, якщо подібний моніторинг не ведеться, підприємство не лише може пропустити переломний момент життєвого циклу товару, але й опинитися перед необхідністю здійснення інноваційної діяльності на стадії спаду, коли вже виникнуть труднощі як із ресурсами, так і з часом, які посилюватимуться з часом.

У цілому по підприємству також доцільно проводити поелементний аналіз приросту прибутку, який складатиметься з приросту прибутку за рахунок розширення номенклатури виробів, що випускалися, за рахунок збільшення цін реалізації, за рахунок зниження витрат на виробництво і реалізацію, а також за рахунок збільшення обсягів реалізації. Крім того, також буде доцільним здійснити поелементний аналіз приросту прибутку за вищеназваними елементами за кожним із переліку продуктів

(послуг), що випускалися підприємством. Проведення подібного аналізу буде надзвичайно трудомістким при великій номенклатурі продуктів (послуг), що реалізуються підприємством. У зв'язку з цим буде доречним навести висловлювання про те, що управляти можна лише тим, що добре виміряне. Очевидно, що для того щоб досягати кінцевої мети діяльності підприємств і організацій у вигляді прибутку, необхідно здійснювати подібний аналіз. Проведення подібного аналізу за кожним із продуктів (послуг), що випускаються підприємством, дозволить одержувати дані для розрахунку життєвого циклу узагальненого продукту підприємства і, як наслідок, виробити найбільш оптимальну стратегію інтенсивного зростання з урахуванням специфіки стадії життєвого циклу підприємства. Аналіз прибутку продуктів (послуг), що випускаються підприємством, спрямований перш за все на забезпечення своєчасного виявлення продуктів, які вийшли на стадію зрілості, що свідчить про необхідність проведення відповідних інноваційних перетворень, які дозволяють забезпечити безперервну заміну одних продуктів на інші й тим самим збільшити життєвий цикл узагальненого продукту підприємства. Подібний аналіз дозволяє визначити необхідний рівень інтенсивності інноваційної діяльності, діагностуючи перелік продуктів, які «старіють» і підлягають заміні, а також ступінь її радикальності, який залежатиме від того, на якій стадії життєвого циклу знаходиться підприємство, тобто чим ближче до завершення, тим більш радикальними мають бути продукт і процес інновації, які реалізуються.

Процес появи на ринку нових і поліпшених промислових продуктів вимагає проведення сукупності технічних, виробничих і маркетингових заходів. При цьому вирішальне значення набуває взаємозв'язок між інноваційними й стратегічними відносинами на підприємстві. Актуальність даної проблеми обумовлюється тенденціями розвитку виробничих відносин у бік посилення їхньої залежності й ефективності від прогресивних науково-технічних знань, з одного боку, і нерозробленістю підходів щодо інтеграції стратегічних та інноваційних процесів – з іншого. Методологія стратегічного розвитку підприємства на основі інновацій може стати тим вченням, що дозволяє визначати шлях, форми й методи побудови ефективної інноваційної політики, що забезпечує економічне зростання і підвищення конкурентоспроможності підприємства на основі інтеграції стратегічних перспектив із новими технологіями й поліпшуваними продуктами.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Узагальнюючи викладення теоретичних аспектів трансформації методологічних підходів до управління інноваціями, необхідно зробити такі основні висновки. Розвиток виробничих сил і виробничих відносин на основі науково-технічних зрушень привело до посилення інтеграційних взаємозв'язків між стратегічними та інноваційними процесами. У сформованих умовах інноваційний розвиток перестає бути окремо узятою функціональною задачею на підприємстві стає складовою частиною корпоративної мети його стратегічного розвитку. У зв'язку з цим у літературі широко представлені результати досліджень і дискусії щодо необхідності встановлення інтеграційних взаємозв'язків між стратегіями бізнесу та інноваційними перетвореннями. Разом із тим дотепер не одержали належного вирішення методологічні розробки щодо ефективного формування стратегії інноваційного розвитку як частини стратегічного управління підприємством. У публікаціях, присвячених дослідженню інноваційного менеджменту, представлені головним чином концепції, що базуються на процесному, системному, соціально-психологічному, кількісно-математичному, проектному й маркетинговому підходах. При формуванні цих концепцій використовувався широкий спектр методів соціології, психології, логіки, педагогіки, наукознавства, математики та кібернетики.

Однак достатніх розробок, що ґрунтуються на інтеграційному підході, і дослідження взаємозв'язків між стратегічним та інноваційним управлінням у літературі представлено не було.

Перспективним напрямом подальших розробок у сфері управління інноваційним розвитком підприємства є формування єдиної та цілісної методологічної бази, яка б забезпечувала урахування інноваційних розробок при формуванні стратегічних напрямків розвитку підприємств. Це дозволить координувати стратегічні та інноваційні цілі й завдання, реалізовувати нові технології у рамках корпоративних інтересів, адаптувати інновації до зовнішніх і внутрішніх стратегічних чинників, оцінювати нововведення зі стратегічних позицій, підтримувати напрямки інноваційного розвитку корпоративними ресурсами, здійснювати корпоративний контроль за інноваційними перетвореннями, що в сукупності може створити ефективні умови, з одного боку, для впровадження нових і поліпшуваних технологій, а з іншого – для забезпечення економічного зростання суб'єктів господарювання і підвищення конкурентоспроможності їхньої продукції.

1. Вишнякова А.Б. Разработка стратегии устойчивого развития промышленного предприятия: дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / А.Б. Вишнякова. – Самара, 2008. – 207 с.
2. Геєць В.М. Інновативно-інноваційний шлях розвитку – модернізаційний проект розвитку української економіки і суспільства початку ХХІ століття / В.М. Геєць // Банківська справа. – 2003. – № 4. – С. 16–22.
3. Ілляшенко С.М. Управління інноваційним розвитком : монографія / С.М. Ілляшенко, О.А. Біловодська. – Суми : Університетська книга, 2010. – 281 с.
4. Інноваційна стратегія українських реформ / [А.С. Гальчинський, В.М. Геєць, А.К. Кінах, В.П. Семиноженко]. – К. : Знання України, 2002. – 336 с.
5. Погорелов Ю.С. Оцінювання та моделювання розвитку підприємства : монографія / Ю.С. Погорелов. – Луганськ : Глобус, 2010. – 512 с.
6. Федулова Л.І. Інноваційний розвиток промисловості України : тенденції та закономірності / Л. І. Федулова // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – № 3 (69). – С. 82-97.
7. Aubert J-E. Innovation Policy for the Developing World / J-E. Aubert // Special Report of The World Bank. – The World Bank, 2010. – P. 7-15.
8. Lederman D. Innovation and Development around the World, 1960-2000 / D. Lederman, L. Saenz // World Bank Policy Research Working Paper 3774. – The World Bank, 2005. – 35 p.

А.С. Ефремов

Взаимосвязь основных элементов стратегии инновационного развития предприятия

Определены основания объединения концепций инновационного и стратегического развития предприятия. Обоснована целесообразность внедрения методологии интеграции стратегического управления, маркетинга и инновационной деятельности для обеспечения устойчивого развития предприятий.

Ключевые слова: стратегия, инновация, развитие, фактор, управление, изменение.

O.S. Yefremov

The interconnection main elements strategy of innovation development of an enterprise

The grounds for consolidation of the concepts of innovation and strategic development of an enterprise have been defined. The appropriateness of introduction of the methodology of the integration of strategic management, marketing and innovation activity for support of sustainable development of enterprises has been substantiated.

Keywords: strategy, innovation, development, factor, management, change.

Отримано 16.01.2012 р.