

УДК 338.27

Ковшова І. О., к. е. н., доц.,
Семенець Є.В.,
Державний університет
телекомунікацій

ІННОВАЦІЇ В СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Наведено аналіз інфраструктурного забезпечення інноваційної стратегії, показано схему стратегічного управління інноваціями як складову інноваційного менеджменту. Досліджено бар'єри ефективного управління інноваціями та запропоновано шляхи їх подолання.

Постановка проблеми. Інновації, пов'язані із науково-технічною революцією, стають основним чинником змін в економіці держави. Формування інноваційної моделі в українській економіці вважається одним із пріоритетів для розвитку держави. Актуальності набуває розвиток інноваційних напрямків між освітою і фінансовим капіталом, наукою і виробництвом тощо. Реалізувавши ці ідеї, трансформаційні зміни торкнуться всіх сфер розвитку. Сьогодні українська економіка ґрунтується на сировинній базі, але завдяки впровадженню ефективних інновацій, стане можливим перехід до моделі економіки, яка буде засновуватись на знаннях та науковій діяльності, що відбулось у значній кількості високорозвинених країн.

Проблеми розробки і використання інновацій знаходять своє відображення в численних наукових публікаціях. Це пов'язано зі зростанням ролі інноваційної діяльності як найважливішого фактора підвищення ефективності діяльності промислових підприємств і стратегією держави, спрямованою на інноваційний розвиток.

Дослідженням проблематики інновацій, інноваційного потенціалу та поведінки споживачів присвячено дослідження зарубіжних і вітчизняних вчених та науковців: В. Геєця, А. Мазаракі, Д. Аакера, О. Азарян, І. Альошиної, Белявцева, Р. Блекуелла, Л. Гохберга, П. Друкера, Д. Енджелла, Т. Загорної, В. Ільїна, С. Ілляшенка, О. Кендюхова, Ф. Котлера, Т. Максимової, Л. Метчингера, П. Мініарда, Р. Патори, М. Стоуна, Б. Санто, Х. Хартмана, Н. Чухрай, Й. Шумпетера, А. Гриньова, А. Стельмашука, В. Зянько, Н. Краснокутської, Л. Матросової, В. Павлова, В. Келле, Р. Фатхутдінова, А. Шевченка, А. Шегди та ін.

Питання, пов'язані з дослідженням взаємодії та взаємовпливу факторів інноваційного розвитку, потребують подальшого уточнення та

доповнення. Методологічні та практичні засади діяльності підприємств потребують детального опрацювання, оскільки зарубіжний досвід у цій сфері не може бути адаптований в Україні без урахування особливостей розвитку вітчизняної економіки.

Мета дослідження. Основним завданням статті є дослідження процесу впровадження інновацій на підприємства під час розробки стратегії їх розвитку.

Виклад основного матеріалу. Інновація - це новий продукт, нове явище або дія на ринку (підприємстві), яке має на меті залучити споживача, задовольнити його потреби і одночасно принести дохід підприємцю. Саме поняття innovation вперше з'явилося в наукових дослідженнях ХІХ в. Нове життя поняття «інновація» отримало на початку ХХ ст. в наукових роботах австрійського економіста Й. Шумпетера в результаті аналізу «інноваційних комбінацій», змін у розвитку економічних систем.

Розглядаючи тему інноваційної стратегії підприємства, доцільно буде звернутися до розуміння терміну «стратегія». Розвиток стратегії підприємства як наукового напрямку відбувся в середині ХХ ст., коли вона ще перебувала на початку свого становлення. Роком народження стратегічного управління прийнято вважати 1911 р., коли в Гарварді почали викладати курс бізнесової політики. З того часу суть стратегії зводилась до формування здорового глузду в управлінні діяльністю підприємства.

Визначальною подією в процесі становлення стратегічного менеджменту як самостійної дисципліни стала Пітсбурзька конференція 1961 р., під час якої стратегічний менеджмент був визначений як «процес, пов'язаний із підприємницькою діяльністю підприємства, його розвитком, і, в першу чергу, з розробкою і використанням стратегії, яка має керувати роботою підприємства.

Стратегія — це комплексний план, що орієнтує організацію не на сьогодні, а на перспективу. Метою стратегії є забезпечення не стільки поточного успіху, скільки прискореного постійного розвитку організації в умовах конкуренції, лідерства на ринку.

Існує багато визначень управлінської стратегії. В огляді, присвяченому питанням стратегії в науковій літературі, Р. Сміт характеризує дану тему як «термінологічне мінне поле». Такі поняття, як стратегічне планування, корпоративне планування, корпоративна стратегія, стратегічний менеджмент, стратегія бізнесу застосовуються дуже широко і часто як синоніми. Проте деякі вчені розділяють ці терміни.

Інноваційна стратегія — один із засобів досягнення цілей організації, який відрізняється від інших засобів своєю новизною, передусім для даної організації, для галузі ринку, споживачів, країни в цілому.

Слід зазначити, що будь-які стратегічні кроки організації мають інноваційний характер, оскільки вони так чи інакше ґрунтуються на нововведеннях в економічній, виробничій, збутовій чи управлінській сферах. Наприклад, одна з характерних для ринкового господарювання стратегій — продуктова — спрямована на розвиток нових видів продукції та технологій, сфер і методів збуту, тобто базується виключно на інноваціях. Це стосується й інших типів стратегій. Так, стратегія розвитку організації передбачає забезпечення сталих темпів її зростання та функціонування в перспективі і ґрунтується на використанні науково-технічних досягнень у сфері техніки, організації, технології, управлінні, тобто на комплексі інновацій.

Проте з метою планування інноваційних процесів доцільно стратегії інновацій розглядати окремо. Стратегія нововведень (інноваційна політика) передбачає об'єднання цілей технічної політики та політики капіталовкладень і спрямована на впровадження нових технологій і видів продукції, послуг. У цьому розумінні стратегічне управління інноваціями орієнтується на досягнення майбутніх результатів безпосередньо через інноваційний процес.

За своїм змістом інноваційна стратегія враховує основні базисні процеси в організації і в її зовнішньому середовищі, можливості зростання інноваційного потенціалу організації.

Саме інноваційні стратегії є основою сучасного інноваційного менеджменту в умовах постійних змін навколишнього середовища.

Кризова ситуація в інноваційній сфері української економіки зумовлена насамперед відсутністю інноваційної стратегії в управлінні інноваційною діяльністю. На думку дослідників [4, 9], головною метою інноваційної стратегії в нашій державі є запобігання розпаду науково-інноваційної сфери і створення передумов для швидкого та ефективного впровадження технічних і технологічних інновацій у всіх сферах господарської діяльності, забезпечення структурно-технологічної передумови як на рівні підприємств, так і економіки в цілому.

В основі розробки інноваційної стратегії мають лежати стратегічні управлінські рішення, які орієнтовані на майбутнє і на постійні зміни середовища; пов'язані з залученням значних матеріальних ресурсів, широким використанням інтелектуального потенціалу; характеризуються гнучкістю, здатністю адаптуватися до змін ринкових умов; ураховують неконтрольовані організацією зовнішні чинники.

Інноваційними стратегіями можуть бути: інноваційна діяльність організації, що спрямована на одержання нових продуктів, технологій і послуг; застосування нових методів НДДКР, виробництва, маркетингу й управління; перехід до нових організаційних структур; застосування нових видів ресурсів і нових підходів до використання традиційних ресурсів. Відносно внутрішнього середовища інноваційні стратегії підрозділяються

на кілька великих груп: продуктові (портфельні, підприємницькі, бізнес-стратегії, скеровані на створення і реалізацію нових виробів, технологій і послуг); функціональні (науково-технічні, виробничі, маркетингові, сервісні); ресурсні (фінансові, трудові інформаційні, матеріально-технічні); організаційно-управлінські (технології, структури, методи управління). Це спеціальні інноваційні стратегії.

I. Ансофф [4] виокремлює чотири групи правил, що визначають напрями дій при визначенні інноваційної стратегії:

– правила, які використовуються для оцінки діяльності фірми тепер і в майбутньому;

– правила, за якими складаються стосунки фірми з її оточенням. Вони визначають, які види продукції та технології фірма розроблятиме, яким чином досягатиме переваг над конкурентами. Ці правила називаються продуктово-ринковими стратегіями;

– правила, згідно з якими встановлюються відносини та процедури всередині фірми;

– правила, за якими фірма провадить оперативну діяльність.

На рис. 1 показано інфраструктурне забезпечення інноваційної стратегії.

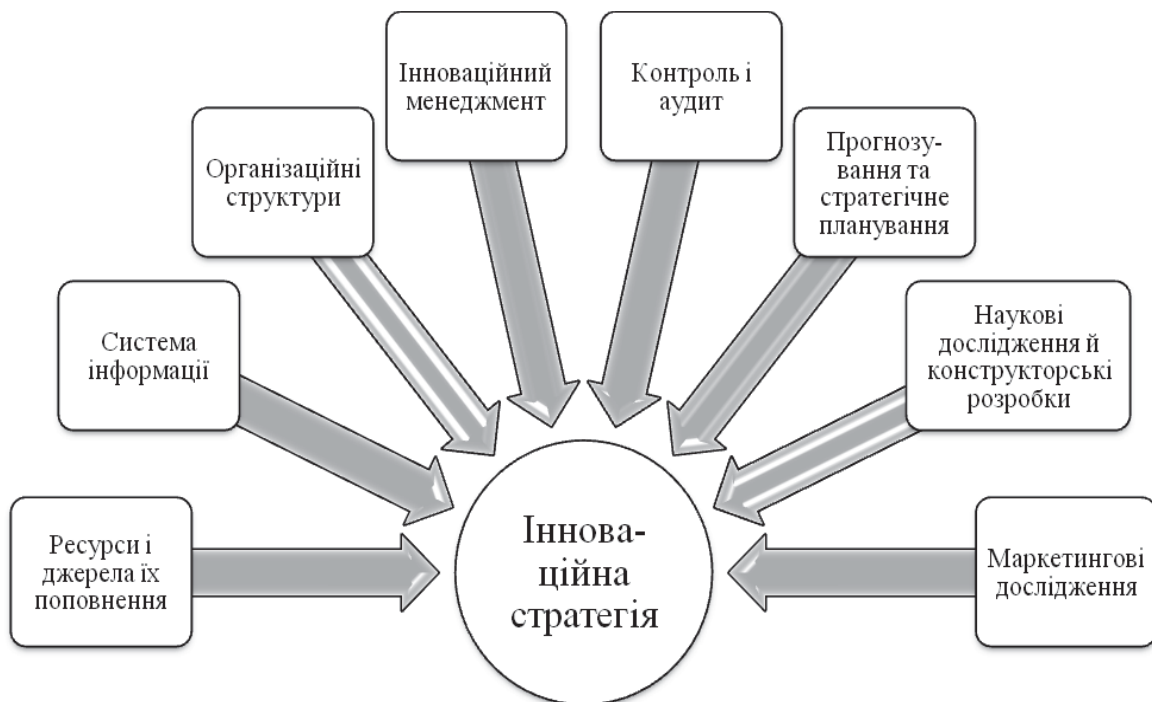


Рис. 1. Інфраструктурне забезпечення інноваційної стратегії

Інфраструктура є важливим чинником, що забезпечує розроблення стратегії та її логічне завершення. Якщо не вистачає ресурсів, кваліфікації менеджерів, відповідної організаційної структури, інноваційна стратегія не може бути реалізована.

Як свідчать теорія і практика, інноваційні стратегії через свої

особливості є, з одного боку, ефективним управлінським інструментом, а з іншого — створюють низку проблем в управлінні організацією. Інноваційні стратегії:

- прискорюють постійний розвиток організації в умовах ринку;
- забезпечують переваги в конкуренції на основі лідерства в технології, якості продукції, послуг;
- визначають позицію на ринку, набір основних товарних ліній;
- сприяють лідерству в цінах;
- створюють основу для суспільного визнання фірми (організації).

З іншого боку, інноваційні стратегії створюють для проектного, корпоративного, інноваційного управління складні умови, серед них, зокрема:

- підвищений рівень невизначеності кінцевих результатів за строками, витратами, якістю й ефективністю, що потребує розвитку такої специфічної функції, як управління інноваційними ризиками;
- підвищення інвестиційних ризиків проектів і особливо довгострокових, що потребує пошуку більш ризикових інверторів;
- збільшення потоку змін в організації, реалізація будь-якої інноваційної стратегії пов'язана з неминучістю перебудови (реструктуризації) організації, оскільки зміна в системі будь-якого елемента веде до змін стану всіх інших.

Вирішення цих та інших проблем потребує від інноваційного менеджменту поєднання інтересів і узгодженості рішень стратегічного, науково-технічного, маркетингового, виробничого напрямів, що забезпечить координацію й ефективність дій.

Загальна схема стратегічного управління інноваціями як складової інноваційного менеджменту показана на рис. 2.

Реальна практика розроблення інноваційних стратегій складна, бо за своєю сутністю будь-які стратегічні заходи, що їх проводять підприємства, як уже зазначалось, мають інноваційний характер, адже вони до певної міри ґрунтуються на нововведеннях. Управління інноваціями зачіпає як концептуально-підприємницькі, так і організаційно-процедурні аспекти стратегічного розвитку підприємства і, таким чином, реалізує свою функцію через підсистеми загального стратегічного управління.

Інноваційний тип розвитку найбільш повно відповідає логіці сучасної технологічної революції, пов'язаної зі зміною технологічних укладів. Неможливо здійснити в умовах ринку заміну систем технологій без інноваційного оновлення всіх складових економіки (продукції, виробничого апарату, структури виробництва, мотивації, управління, маркетингу тощо). Саме на ринках наукоємної продукції відбувається сьогодні найжорстокіша конкуренція. Цей ринок визначає майбутнє.

Тільки інноваційний тип розвитку дозволяє сформувати нові й утримати існуючі ніші світового ринку.

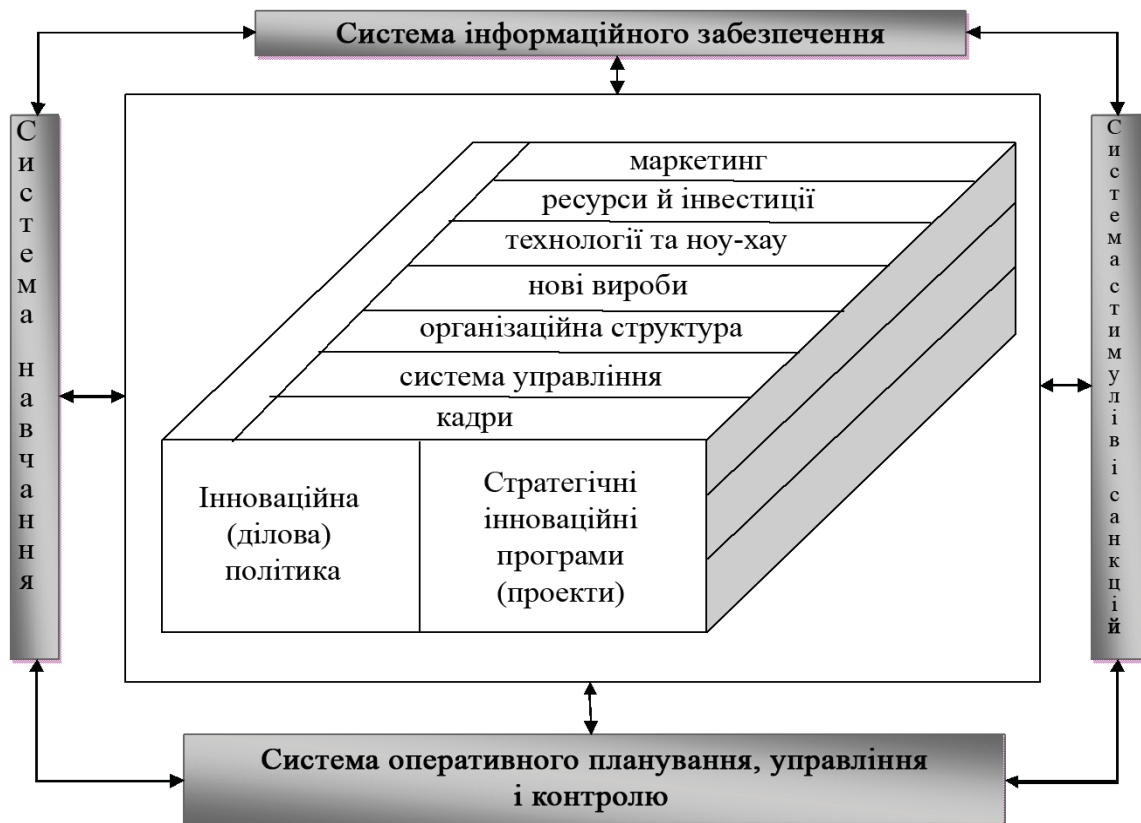


Рис.2. Система оперативного планування, управління й контролю

В умовах інноваційної економіки функціонування і розвиток підприємств багато в чому зумовлені ефективною роботою їх інноваційного механізму, результативністю реалізованих нововведень. Тим часом статистичні дані останніх років підтверджують той факт, що для більшості підприємств України характерна криза в інноваційній сфері.

Інноваційний фактор стає вирішальним для виходу національної економіки з депресивного стану, забезпечення її сталого розвитку, зниження залежності держави від критичного імпорту, підвищення конкурентоздатності вітчизняної продукції і активізації експортної діяльності. Принцип поєднання інвестицій з інноваціями має бути головним принципом розвитку економіки України.

Отже, для дослідження процесу ефективного управління інноваціями на підприємстві, доцільно застосовувати широкий спектр загальнонаукових методів. Фактори, що визначають інноваційний розвиток:

– ринкова кон'юнктура і конкуренція (як на внутрішньому, так і зовнішніх ринках);

- середовище (рівень розвитку науки і техніки, законодавча і нормативна база, політична та економічна стабільність);

- кадри (вчені, фахівці, підприємці, менеджери, політичні діячі, державні службовці);

- ресурси (природні, виробничі, фінансові, науково-технічні, технологічні, інфраструктура).

Мотиваторами інновацій є постійні зміни, що відбуваються в різних сферах людської діяльності. У кожній з них цілями нововведень є впровадження нових процесів або продуктів, які спрямовані на забезпечення сталого і довгострокового економічного зростання. До них відносяться:

- удосконалення або створення нових матеріалів, обладнання, технологічних процесів, продуктів, послуг і методів, докорінно змінюють або істотно поліпшують ефективність економіки;

- зміни в соціальній структурі для підвищення соціального статусу особистості та досягнення оптимального співвідношення особистих і суспільних інтересів;

- модифікації сформованої системи управління, що дозволяють покращувати діяльність підприємств і організацій та сприяють адаптації до мінливих умов.

Документально оформлений результат досліджень, розробок чи експериментальних робіт з підвищення ефективності будь-якої сфери діяльності є нововведенням (новацією). До них відносяться відкриття, винаходи, патенти, ноу-хау, документація на новий чи удосконалений продукт, технологія чи виробничий процес, а також різні рекомендації, методики, інструкції, стандарти, результати маркетингових досліджень, раціоналізаторські пропозиції [2].

Інноваційна діяльність підприємств безпосередньо формується та здійснюється в умовах інноваційного середовища, під яким пропонується розуміти визначену і сформовану систему факторів: політичних, правових, економічних, виробничо-технологічних, демографічних, географічних, ринкових, соціокультурних, природних, екологічних, міжнародних, що забезпечує (прискорює чи гальмує) розвиток інноваційної діяльності підприємства.

Впровадження інновацій на підприємствах потребує планування та економічного обґрунтування. Не зважаючи на те, що діяльність підприємства є досить прибутковою впровадження інновацій та ефективне їх управління може увійти в конфлікт з природними чинниками (бар'єрами), що були виділені та досліджені, зокрема специфіка психології людини, неготовність до змін, конфлікт (очікування/реальність), недоцільність впровадження, локальність змін з надією на глобальний характер, слабка інформаційна база.

Раціональні управлінські рішення, стратегічне та тактичне

планування, професійно налагоджена інформативна база та методи контролю дозволять нівелювати, або звести до мінімуму негативний ефект цих бар'єрів. Підприємці повинні усвідомлювати, що управління нововведеннями є основоположним фактором ефективного ведення підприємницької діяльності, необхідною умовою успішного бізнесу, тому що саме нововведення сприяють підвищенню якості і зниженню собівартості продукції, забезпечують її конкурентоспроможність, а відтак й ефективну присутність підприємств та організацій на ринку послуг.

Фахівці мають оволодіти теоретичними основами, методологією та практичними навичками інноваційного менеджменту, усвідомлювати принципи формування та реалізації державної інноваційної політики, особливості організації інноваційної діяльності в регіонах, основні напрями вдосконалення інноваційної діяльності в окремих галузях економіки, навчитися самостійно вирішувати інноваційні завдання від прогнозування нововведень до їх комерційного використання у підприємницьких структурах.

Висновки. Сьогодні інновації стають ключовим чинником розвитку для більшості підприємств. Проведене дослідження основних аспектів стратегічного розвитку показало, що в сучасних умовах динамічний розвиток середовища господарювання вимагає від підприємства інноваційної орієнтації всіх господарських процесів. За таких умов необхідно здійснювати управління підприємствами на засадах інноваційного менеджменту. Подальші дослідження будуть направлені на пошук можливих шляхів та визначення відповідних заходів з підвищення ефективності та результативності інноваційного підприємництва в Україні.

Список використаних джерел

1. Наукова та інноваційна діяльність в Україні / Держкомстат. - К., 2006. - 360 с.
2. Алексеева К.І. Державні механізми стимулювання інноваційного розвитку / К.І. Алексеева // Економіка та держава. - 2009. - № 3. - С. 74-76.
3. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия/И.Ансофф, Дж.Макдоннел. – СПб.: Питер Дом, 2009. – 416 с.
4. Василенко В.О. Інноваційний менеджмент. / В.О. Василенко, В.Г. Шматько ; за ред. В.О. Василенка. - К., 2005. - 440 с.
5. Іваноньків О.О. Політика держави щодо інвестиційної діяльності в Україні та перспективи прямого іноземного інвестування /О.О. Іваноньків // Актуальні проблеми економіки. - 2007. - № 11. — С. 13—17.
6. Крилов Э.И. Анализ эффективности инвестиционной и инновационной деятельности предприятия / Э.И. Крилов, И.В. Журавкова. - М. : Финансы и статистика, 2001. -384 с.

7. Соловьев В.П. Инновационная деятельность как системный процесс в конкурентной экономике (Синергетические эффекты инноваций) / В.П. Соловьев. - К. : Феникс, 2004.-560 с.

8. Томпсон А.А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии/А.А. Томпсон, Дж.Стрикленд – М.:ЮНИТИ, 2008. – 576 с.

УДК 658

Максютенко І.Є., к.е.н.
Національний авіаційний
університет

АНАЛІЗ СТАНУ ЗНОШЕНОСТІ ТА ДИНАМІКИ ОНОВЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ СИСТЕМ НА АВІАЦІЙНОМУ ТРАНСПОРТІ

Проведено аналіз зношеності основних виробничих фондів авіапідприємств за характеристиками їх інформаційно-телекомунікаційних систем, наведено оцінку відповідності стану зношеності радіоелектронного обладнання (РЕО) повітряних суден (ПС) та обладнання управління повітряним рухом, визначено обсяги та фактори, що обумовлюють комплексну необхідність оновлення інформаційно-телекомунікаційних систем на авіатранспорті.

Постановка проблеми. Сучасний стан розвитку авіаційного транспорту має досить багато відомих усім негативних тенденцій, починаючи від зношеності основних фондів авіапідприємств та закінчуючи відсутністю можливості отримання конкурентних переваг на ринку збуту послуги з авіаперевезення. Але, не дивлячись на всі ці негаразди, у авіаційного транспорту України існує потужний потенціал, що зможе вивести авіацію України на потенційно новий рівень. Цим потенціалом виступають інформаційно-телекомунікаційні системи (ІТС).

Особливості виконання авіатранспортного перевезення обумовлюють необхідність постійного інформаційного забезпечення авіапроцесу: починаючи від планування польоту і закінчуючи післяпольотним обслуговуванням суб'єктів, що беруть участь в авіаперевезенні.