

*Когда наука достигает какой-либо вершины,
с нее открывается обширная перспектива
дальнейшего пути.*

С. И. Вавилов

Механізм регулювання економіки

УДК 001.895

*Гриньова В. М.,
Гриньов А. В.*

ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ УЯВЛЕНЬ ПРО ІННОВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ

У статті розглянуто поняття інновації та її впровадження, підходи видатних економістів до проблеми розвитку інноваційних процесів на підприємстві. Показано взаємозв'язок інновацій зі споживчим поведінням, встановлено їх джерела, принципи успішної реалізації, методи оцінки ефективності та основні фактори старіння. Розглянуто систему поширення нововведень з урахуванням позицій їх ринкової перспективності.

Одним із ключових понять сучасної теорії управління підприємством є інновація, яку вітчизняні вчені подають у вигляді інструментарію забезпечення впровадження досягнень науково-технічного прогресу на основі управлінського впливу на структуру підприємства. Однак за такого підходу до розгляду поняття інновації не враховуються теоретичні та концептуальні проблеми, пов'язані із забезпеченням інноваційного розвитку підприємства. Зростання рівня невизначеності в сучасних умовах розвитку економіки стимулювало інноваційний вибух у діяльності підприємств і призвело до обґрунтування інновації як найважливішого концептуального фундаменту. Розвиток інноваційних концепцій здійснювався на основі критичного аналізу вітчизняних розробок.

Істотний внесок у розвиток інноваційних процесів зробили Й. Шумпетер [1] і М. Д. Кондратьєв [2]. Перший розглядав нововведення як можливість прискореного подолання економічних спадів шляхом активізації радикальних технологічних нововведень. Мета інновації подана як підвищення віддачі на

вкладені ресурси, вона розглядалася радше як економічне і соціальне поняття, аніж технічне. Динамічна теорія розвитку Й. Шумпетера ґрунтується на постійних коливаннях кон'юнктури, які він розглядав як нові комбінації факторів виробництва. На його думку, інновація — це виробнича функція, що зумовлює кількісні зміни продукту з урахуванням змін в усій сукупності діючих на нього чинників, тобто така функція, що приходить на зміну старій. М. І. Туган-Барановський [3] розглядав циклічність економічного розвитку у зв'язку з обмеженістю позичкового капіталу та особливостями його інвестування в капітальні товари.

М. Д. Кондратьєв продовжив дослідження в галузі кризових явищ в економіці та запропонував теорію "великих циклів", яка припускає, що динаміка економічної структури суспільства чутливо реагує на базові нововведення (ключові винаходи), що сприяють реалізації вторинних соціально-економічних нововведень.

Комплексний підхід до інноваційних процесів був запропонований П. Друкером [4; 5] і К. Роджерсом [6], які пов'язували теорію і практику інновацій із соціальним прогресом. Під останнім мається на увазі зростання технологічних можливостей підприємства при обмежених ресурсах, що забезпечують його функціонування. Так, П. Друкер довів, що під час спаду галузей промисловості спостерігалася не стагнація, а економічне зростання завдяки підйому підприємницької активності, тобто ним був доведений взаємозв'язок між підприємництвом та інноваційною діяльністю.

Інновація становить комплекс взаємозалежних процесів, які є результатом реалізації нової ідеї, доведеної до практичного застосування. Важливе місце відводиться інновації, яка може бути або причиною, або наслідком соціальних нововведень. Поняття дифузії передбачає, що саме є результатом взаємодії потенційних реципієнтів інновації із запропонованими нововведеннями. Ця взаємодія досить значна порівняно із сумою позитивних рішень багатьох індивідів і є властивістю емерджентності. Дифузія визначається як процес поширення іннова-

ції каналами комунікацій до працівників підприємства. Причому ступінь успішності дифузії визначається позитивним сприйняттям інновації членами колективу.

Цей підхід ґрунтується на залученні професійних консультантів з питань інноваційного розвитку, у якості яких може виступати група втілення нововведень або висококваліфікований фахівець. Вони реалізують задачі впровадження нововведень на основі: діагностики проблеми, яка розробляється; оцінки системи мотивації працівників підприємства і їх здатності адаптуватися до змін; оцінки мотивації і ресурсів підприємства; добору таких цілей нововведення, що сприяють інноваційному розвитку підприємства; вибору відповідних консультантів, здатних оцінити ефективність нововведень у майбутньому; добору прийнятних типів поведінки працівників підприємства [7].

Упровадження інновацій свідчить про те, що з підвищенням рівня централізації управління підприємством знижується інноваційна активність. Потенціал інновації пов'язаний з особистісними якостями працівників підприємства, які повинні бути впевнені в тому, що підприємство має необхідні можливості для впровадження інновації, достатній досвід успішної реалізації інновацій у минулому, а також у тому, що його структурні підрозділи беруть на себе відповідальність за результати інноваційної діяльності.

Існують також інші підходи до розгляду інновації у вигляді ідеї, практичного досвіду тощо. Вони передбачають зміщення акценту на інноваційні процеси, що відбуваються (включаючи винахід і впровадження інновації). У цьому відношенні певний інтерес становлять дослідження інструментальних і принципів інновацій. Принципові інновації є дорогими самі по собі, а інструментальні припускають створення умов для більш легкого впровадження принципів.

Стимулом до інновації може бути реакція особи, що ухвалює рішення, на незадовільність результату, що передбачається. При цьому варто враховувати можливості опору нововведенням і збільшення нових пропозицій щодо підвищення якості нововведень [8]. Класифікація функцій осіб, що ухвалюють рішення щодо інновацій, передбачає: володіння всією інформацією про наслідки ухвалення рішення; володіння інформацією про ймовірний розподіл наслідків вибору того чи іншого альтернативного варіанта; неможливість визначення ймовірності появи того чи іншого наслідку або рішення, труднощі у встановленні приблизної ймовірності. При цьому дані особи виходять з того, що інновація є процесом перетворення невизначеності в ризик. Дія факторів динамічного зовнішнього середовища, якому властивий ризик і невизначеність, може впли-

вати на процес дифузії інновації та її кінцеві результати. Це обумовлює необхідність удосконалення методів установлення результатів інноваційних процесів. Загальновідомо, що найвища міра ризику властива нововведенням, пов'язаним з новими галузями знань. Тому мета даної статті полягає в узагальненні існуючих підходів до визначення понятійного апарату в інноваційних процесах, що мають місце на підприємствах, для їх використання в стратегічному управлінні інноваційним розвитком.

Визначення інновації з урахуванням споживчого поведінки можливе завдяки використанню підходу, що лежить в основі типології. Відповідно до нього інновації підрозділяються на такі, що: мають мінімальний вплив на поведінку працівників підприємства; динамічно розвиваються та ґрунтуються на нових і традиційних формах поведінки однаковою мірою; припускають швидке встановлення нових зразків поведінки працівників.

Важлива роль у визначенні очікуваної відносної переваги інновації відводиться її споживчій цінності. Швидше за все впроваджуються інновації, що мають цілий ряд переваг, інформація про які доводиться до відома потенційних споживачів.

Нововведення характеризуються наявністю певних джерел, принципів успішної реалізації і методів оцінки ефективності. П. Друкер виділяє такі джерела інноваційних ідей (проранжовані у порядку спадання за критеріями надійності й передбачуваності): інновації, що є несподіваними, найменш ризикованими і вимагають найменших зусиль; невідповідність між наявною реальністю і уявленнями про неї; наявність в інноваційному процесі певних слабкостей і недоліків; несподівані нововведення в структурі галузі чи ринку; демографічні нововведення; нововведення у сприйняттях, настроях і ціннісних настановах; нові знання [5]. Запропонована класифікація джерел інновації, на думку її автора, повинна бути покладена в основу цілеспрямованої діяльності підприємств, незважаючи на те, що межі між перерахованими джерелами інноваційних ідей нечіткі й перетинаються.

Основними критеріями оцінки якості нововведення є: ефективність впровадження інновації, пов'язана зі всебічною експертною й управлінською підтримкою; соціальна цінність інновації, що полягає у створенні нових робочих місць і зростанні виробничих потужностей підприємства; економічна, споживча цінність; успіх на ринку — наявність певного сталого кола споживачів інновації, а не наукове його наповнення і не оригінальність рішення.

Ефективність інноваційного процесу забезпечується надійністю зв'язку його стадій, швидкістю переходу від попередньої до наступної стадії, що забезпечується шляхом створення проектних груп.

Велике значення мають вартість, віддача інвестицій і продуктивність інновації, тому що необхідним є зростання результатів відносно витрат.

Нововведення в галузевій структурі також є джерелом інновацій, пов'язаних з потребою стати лідером або зберегти досягнутий суб'єктом успіх на будь-якому ринку. При цьому використовуються такі показники: швидке зростання галузі; інтеграція уявлень наявних лідерів про ринок; зближення технологій конкурентів.

У процесі прийняття рішень існує потенційна можливість опору нововведенням, обумовлена неусвідомленням індивідом потреби в інновації. При цьому індивіди погоджуються з інновацією у випадках, коли: ситуація релевантна їхньому досвіду; вони компетентні і мають владу для реалізації інновації.

З точки зору мотиваційних аспектів будь-яка зручна форма поведінки (звичка) і поведінка, що ефективно вирішує дану проблему одразу, виступають тим фактором, що чинить опір нововведенням. Прийнятність дії досягається на основі спостереження за поведінкою інших людей і пошуком їх схвалення. Природа інновації і ситуація можуть не давати індивіду змоги випробувати інновацію в буквальному значенні слова, внаслідок чого з'являється інновація, що заміняє попередню. Інноваційний досвід індивіда, що невпевнений у своїх здібностях, іманентно містить у собі заперечення нововведення.

Останньою стадією інноваційного процесу є вироблення рішення, у процесі якого індивід змушений вибирати одну з декількох привабливих можливостей. Джерелом опору нововведенню є бажання зберегти існуючий стан.

Головна мета управління при здійсненні нововведень полягає у встановленні і забезпеченні групової рівноваги і підтримці адаптації індивідів. При цьому необхідною умовою ефективного впровадження нововведень є збереження групової рівноваги, під якою мається на увазі така характеристика підприємства, що описує його спроможність відновлювати і підтримувати баланс інтересів індивідів. Існує три типи опору нововведенням: логічний (раціональний), психологічний (емоційний), соціальний (обумовлений впливом колективу на індивіда).

У процесі впровадження інновації з однаковим ступенем ймовірності вона може розглядатися або не розглядатися. У випадку, якщо інновація не розглядається, для меншості існують наступні варіанти: виявляється опір нововведенням, що впливає на ефективність і результативність її впровадження, постає необхідність перегляду напрямків інноваційного розвитку. При цьому перший випадок властивий авторитарному, а другий — колективному стилю ухвалення рішень.

З появою інновації підприємство одержує нову інформацію, нові знання. Опір надходженню нової інформації може бути викликаний статусними розходженнями потенційного інвестора і підприємства. Чим вищий статус інвестора, тим менша ймовірність передачі інформації. Крім того, повинна відчуватися економічна спроможність впровадження інновації.

Фактором опору інновації є технологія виробництва, яка застосовується на підприємстві. Перешкода криється й у поділі праці і пов'язаній з ним рольовій структурі підприємства. При цьому у зв'язку з необхідністю перерозподілу обмежених ресурсів виникає конкуренція між його структурними підрозділами.

Кількість нововведень постійно збільшується, сприяючи прискоренню впровадження науково-технічних досягнень, організаційних і економічних розробок, адекватно відбиваючи появу передового досвіду. У цьому випадку нововведення варто розглядати як фактор зростання й удосконалення продуктивних сил.

Інноваціям притаманне повторення (запозичення іншими) і тиражування нововведень. Однією з серйозних проблем у сучасних умовах є недосконалість механізму тиражування нововведень, який залежить від багатьох факторів: потреб виробництва; рівня конкуренції товаровиробників; рівня обміну; ефективності використання одержуваного прибутку; складності розв'язуваних задач, втілених у нововведеннях; можливості матеріальної бази підприємства, що запозичає нововведення; сприйнятливості до нововведень; антимонопольного стану виробників продукції.

Загальновідомо, що найбільший ефект від повторення нововведень може бути досягнутий за масового поширення передового досвіду, що є результатом практичного повторення й тиражування. Значимість поширення нововведень полягає в тому, що воно є дієвим засобом зменшення періоду часу від одиничного до масового їх використання, а також забезпечення виробництва інноваціями.

Крім масовості, величина максимального ефекту залежить від швидкості використання передового досвіду. У процесі поширення нововведень може з'являтися новий передовий досвід, що за результатами свого впливу на виробництво перевищує первісний. Це відображає творчий підхід фахівців до розв'язуваних проблем.

З огляду на створення більш прогресивних рішень нововведення може застарівати, і тому відбувається поновлення досвіду на більш високому рівні розвитку. Основними факторами старіння нововведень можуть бути: час, напрямки розвитку виробництва, освітній і кваліфікаційний рівень пер-

соналу, розвиток творчої активності учасників виробничого процесу, системи стимулювання праці та ін.

Повторне використання нововведення завжди зв'язано у часі, який від первинного до повторного використання характеризує його моральне старіння і зменшення вартості.

Основні причини необхідності поширення нововведень полягають у тому, що передовий досвід є важливим чинником підвищення продуктивності праці, економії трудових, матеріальних, фінансових ресурсів, а в кінцевому рахунку і основою інтенсифікації виробництва, забезпечення конкурентоспроможності і прибутковості продукції. Створення нововведень значно дорожче порівняно з запозиченням існуючого передового досвіду, тому що підприємствам доводиться розробляти документацію, створювати експериментальні і досвідні зразки.

Система поширення нововведень складається з організаційної структури процесу обміну і використання передового досвіду. Процес поширення нововведень на підприємстві включає його добір і оцінку, підготовку інформаційних матеріалів про передовий досвід, характер документації, що запитується, використання нововведень. Крім того, він відбувається в умовах недостатньо розробленої системи організації обміну і використання передового досвіду, загальних способів і технологій провадження інноваційної діяльності. Досвід роботи підприємств свідчить про відсутність підрозділів, відповідальних за поширення нововведень. Добір і використання передового досвіду здійснюють служби технічної інформації, ефективність виконання якими цих функцій незадовільна.

Діючу систему поширення нововведень слід вважати нерозвинутою. Основними причинами є нерозвиненість існуючого на підприємствах механізму їх поширення, невисока здатність підприємств до їхнього освоєння, нестикування системи поширення нововведень з існуючими в сучасних умовах формами господарювання. Це свідчить про відсутність механізму адаптації діючої системи поширення нововведень до навколишнього середовища.

Важливими причинами, що обумовлюють недоліки в поширенні нововведень, є дефіцит продукції на внутрішньому ринку і низький рівень її конкурентоспроможності на світовому ринку. Їх усунення вимагає доведення системи поширення нововведень до рівня світових стандартів.

Необхідність підвищення рівня організації використання передового досвіду вимагає розробки методичних підходів до вивчення, узагальнення і впровадження передового досвіду. Такі підходи повинні ґрунтуватися на закріпленні за кожним таким підрозділом відповідальності за швидке оволодіння і значне поширення нововведень на підприємстві.

Однією з основних причин уповільнених темпів поширення передового досвіду є недосконалість існуючої системи стимулювання новаторської діяльності, що неоднаковою мірою цікавить фахівців, які займаються розробкою і фахівців, що впроваджують нововведення на підприємстві. Це призводить до того, що розроблювачі прагнуть забезпечувати більш високу договірну ціну за рахунок економічного ефекту від використання нововведення, а виробники не зацікавлені в активному впровадженні нововведень. Ще однією причиною слід вважати те, що підприємства впроваджують несуттєві нововведення, які не вимагають великих витрат і не розраховані на його перспективний розвиток.

Організація проведення НДДКР (науково-дослідних та досвідно-конструкторських розробок) може здійснюватися на основі якісно нового підходу з використанням принципу випереджального оволодіння нововведеннями, основними характеристиками якого є напруженість процесу оволодіння, рівень розробок, а не швидкість чи тривалість їхньої розробки й освоєння. Впровадження розробок у галузі техніки, технології припускає ухвалення адекватних організаційних рішень, що не завжди мають практичне втілення через відсутність техніко-технологічного забезпечення. Це робить нововведення несприйнятливими для працівників підприємств і ускладнює вирішення проблеми обміну досвідом.

У зв'язку з цим доцільна розробка нової кадрової стратегії, що включає, на думку авторів статті, такі складові: переорієнтацію кадрової політики підприємства із залученням висококваліфікованих працівників з інших підприємств або ринку праці на формування персоналу за рахунок підвищення кваліфікації власних працівників; установа пріоритету високооплачуваних кваліфікованих працівників широкого профілю замість масового використання низькооплачуваних працівників вузької спеціалізації; розробку навчальних програм з нових технологій з метою підготовки фахівців нових сучасних професій; використання системи безперервного навчання; підвищення кваліфікації кадрів усередині підприємства; підхід до навчання як до складової сучасного виробничого процесу. Засобом стратегічного управління на підприємствах, орієнтованих на інноваційний розвиток, є процес навчання менеджерів як частина програм організаційного розвитку. Успішність інноваційної стратегії визначається цілями і конкретними діями у сфері підготовки управлінських кадрів.

Основним в управлінні інноваціями є розгляд їх з позицій ринкової перспективності. Стосовно нововведень (їхньої технології, організації виробництва й управлінських процесів) управління інноваціями вирішує проблеми і практичні задачі щодо створення нової продукції для нового ринку, а також

забезпечує можливість значного поповнення ринку існуючої продукції за допомогою більш продуктивних технологій.

Висновки з дослідження, висвітленого в даній статті, передбачається спрямувати на обґрунтування концептуальних засад стратегії інноваційного розвитку підприємств.

Література: 1. Шумпетер Й. Теория экономического развития: Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры. — М.: Прогресс, 1982. — 456 с. 2. Кондратьев Н. Д. Проблемы экономической динамики. — М.: Экономика, 1989. — 528 с. 3. Туган-Барановский М. И. Политическая экономия. Курс популярный. — К.: Наукова думка, 1994. — 264 с. 4. Друкер П. Управление, нацеленное на результат. — М.: Технологическая школа бизнеса, 1992. — 392 с. 5. Друкер П. Як забезпечити успіх у бізнесі: новаторство і підприємство: Пер. з англ. — К.: Україна, 1994. — 320 с. 6. Роджерс К., Агарвала-Роджерс Р. Коммуникации в организациях / Пер. с англ. — М.: Экономика, 1980. — 268 с. 7. Иванов М. М., Колушаева С. Р., Кочетков Г. Б. США: управление наукой и нововведениями. — М.: Наука, 1990. — 216 с. 8. Верер Л. Л. Экономика научных исследований. — М.: Наука, 1981. — 200 с.

Стаття надійшла до редакції
19.12.2002 р.

УДК 658.14/17

Лисенко М. Д.

КОМПЛЕКСНА ОЦІНКА ХАРКІВСЬКОГО РЕГІОНУ ТА ГАЛУЗЕЙ ЙОГО ПРОМИСЛОВОСТІ ЯК ОБ'ЄКТІВ ІНВЕСТУВАННЯ

У статті розглянуті пропозиції щодо застосування факторного аналізу для оцінки інвестиційної привабливості економічних об'єктів. Запропоновані методичні рекомендації, які відрізняються узгодженістю на всіх таксономічних рівнях і враховують зв'язки у стані об'єктів з позиції визначення напрямку їх подальшого розвитку.

Становлення ринкових процесів в Україні потребує нових підходів до управління розвитком регіонів. Однією з проблем стратегічного розвитку регіону є проблема залучення інвестицій, яка нерозривно пов'язана з оцінкою його інвестиційної приваб-

ливості. Не можна сказати, що ця проблема є зовсім новою для науковців. Уже той факт, що значна кількість наукових публікацій присвячена цій тематиці, свідчить, з одного боку, про її актуальність, а з іншого — про недостатню вирішеність. Останнім часом збільшилася кількість вітчизняних і зарубіжних робіт, які висвітлюють різноманітні підходи до розроблення методики інтегральної оцінки функціонування економічних систем. Автор вважає, що на особливу увагу заслуговують праці таких дослідників, як Бланк І., Богатов О., Долішний М., Побурко Я., Савін В., Шеремет А., Ястремська О. Але в методиках, які пропонують ці автори (наприклад [1]), недостатньо вирішена задача вертикальної інтеграції оцінки, а саме — відсутній зв'язок між рівнями "регіон — галузь — підприємство".

Метою даної статті є висвітлення методичних основ і результатів комплексної оцінки інвестиційної привабливості регіонів України та галузей їх промисловості.

Методика комплексного підходу до оцінки інвестиційної привабливості суб'єкта господарювання [2] містить три етапи для кожного рівня, що досліджується. На першому етапі оцінки на основі матриці "Продуктивність праці — обсяг виробництва" виявляються чотири кластери регіонів (галузей, підприємств), які мають значення відносної продуктивності праці та темпів зростання обсягів виробництва вищі або нижчі від значень цих показників по Україні (регіону, промисловості), і згідно з цими кластерами їх характеристики як об'єктів інвестування. На другому етапі за допомогою багатовимірного факторного аналізу визначаються особливості формування інвестиційного клімату в кластерах регіонів (галузей, підприємств). І на третьому етапі спостерігається динаміка визначених на другому етапі факторів — складових інвестиційної привабливості регіонів (галузей, підприємств), яка відображується інтегральним показником.

Здійснений автором аналіз угруповання регіонів України за кластерами на основі матриці "Продуктивність праці — обсяг виробництва" для 1998 – 2000 рр. дозволяє зробити наступні висновки. З огляду на розвиток промисловості найбільш конкурентоспроможними є вісім регіонів, які розташовані у перших двох кластерах матриці: Донецька, Дніпропетровська, Запорізька, Київська, Миколаївська, Полтавська, Одеська та Харківська області. Саме вони і є найбільш привабливими для реалізації інвестиційних проектів. Результати факторного аналізу, здійсненого на другому етапі оцінки інвестиційної привабливості регіонів України, свідчать про те, що розвиток інвестиційної привабливості 24-х регіонів України у 1996 – 2000 рр. визначався двома факторами: промислово-виробничим та