

**Б.М. Андрушків**

*д-р екон. наук, професор*

**Н.Б. Кирич**

*д-р екон. наук*

**О.Б. Погайдак**

*м. Тернопіль*

## ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ТА ОРГАНІЗАЦІЙ ЯК МЕТОД СТАБІЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

**Актуальність теми.** Інноваційний менеджмент порівняно нове поняття яке все активніше і ширше використовується науковою громадськістю та у підприємницьких колах України. Вузами України відкриваються спеціальності з означеного напрямку. Наприклад Тернопільський державний технічний університет відкриває спеціальність: «Менеджмент інноваційної діяльності». Потрібно сказати, що саме на даний час Україна переживає необхідність впровадження новаторств що і будуть здійснювати майбутні спеціалісти. На зміну одним формам і методам управління економікою приходять інші, більш досконалі. У цих умовах інноваційною діяльністю змушені займатися всі організації, усі суб'єкти господарювання від державно-галузевого рівня до регіонального утворення, включаючи товариства з обмеженою відповідальністю в сфері малого бізнесу. Термін «інновація» став активно використовуватися в економіці України як самостійно, так і для позначення ряду родинних понять: «інноваційна діяльність», «інноваційний процес», «інноваційне вирішення» і т. п. У економічній науковій літературі обліковано велику кількість визначень [1?8]. Наприклад, за ознакою внутрішньої структури виділяють інновації технічні, економічні, організаційні, управлінські та ін. Можна виділити також такі ознаки, як масштаб інновацій (глобальні і локальні); параметри життєвого циклу (виділення й аналіз усіх стадій і під стадій), закономірності процесу впровадження і т. п. Всі ці та інші обставини обумовлюють актуальність даної тематики.

**Аналіз останніх досліджень.** На даному етапі вдосконаленню інноваційної діяльності та вирішенню значених проблем спрямовані дослідження вітчизняних учених Амоші О. І., Гриньової В. М., Козирева О. В., Ілляшенко С. М., Федулової Л. І., Говорухи Ж. А., Солохи Д. В., Гриньова А. В., Говорухи Ж. А. та багато інших економістів. Аналіз наукових праць [1–8] підтверджує важливість дослідження згаданої проблеми і пошук шляхів їх розв'язання.

У спеціальній літературі та офіційних документах частіше усього використовувалися поняття управління науково-технічним прогресом, упровадження досягнень науки і техніки у виробництво тощо, що характерно для централізованого керованої економіки. У ринкових умовах господарювання, де комерційні організації мають повну юридичну й економічну самостійність, ні про яке впровадження новацій не може бути й мови. Цією принциповою відмінністю пояснюється розходження у визначеннях окремих понять в області інноваційного менеджменту [1].

До цих пір залишаються не вирішеними до кінця проблеми адекватного вимірювання умов і результатів

діяльності високотехнологічного сектора економіки. Залишаються відкритими питання управління його розвитком.

Будь-яке підприємство, яке функціонує в умовах ринкової економіки, своєю головною внутрішньою метою ставить максимізацію прибутку. Головну ціль інноваційної діяльності підприємств або організацій можна позначити як отримання певного числа інновацій у вигляді нової продукції, технологій, сировини, методів організації і управління, що володіють певними характеристиками. Інноваційна діяльність грає вирішальну роль в ефективності виробництва та максимізації прибутку підприємства, головного чинника його економічної стійкості [2].

**Виклад основного матеріалу.** Прийнято вважати, що поняття «нововведення» є українським варіантом англійського слова *innovatoin*. Таким часом буквальний переклад з англійської означає «введення новацій», або в нашому розумінні цього слова «впровадження нововведень».

У повсякденній практиці, як правило, ототожнюють поняття нововведення, новація, нововведення, інновація, що цілком зрозуміло. Нововведенням може бути впровадження нового порядку, нового методу, винаходу. Нововведення означає констатацію того, що воно використовується. З моменту прийняття до впровадження і розповсюдження нововведення одержує нова якість і стає інновацією. Будь-які винаходи, нововведення, види послуг або нові методи тільки тоді одержують суспільне визнання, коли будуть прийняті до впровадження і розповсюдження (комерціалізації), і вже в новій якості вони виступають як нововведення (інновації) [3].

Загальновідомо, що перехід від однієї якості продукції до іншої потребує витрат ресурсів (енергії, часу, фінансів тощо). Процес переходу нововведення (інновації) у нововведення (інновації) також потребує витрат різноманітних ресурсів, головними з яких є інвестиції і час. В умовах ринку як система економічних відносин купівлі-продажу товарів, у рамках якої формуються попит, пропозиція і ціна, головними компонентами інноваційної діяльності виступають нововведення, інвестиції і нововведення. Як відомо, нововведення формують ринок нововведень (новацій), інвестиції ринок капіталу (інвестицій), нововведення (інновації) ринок чистої конкуренції нововведень. Ці три головних компоненти на нашу думку й утворюють сферу інноваційної діяльності підприємств та організацій регіонів України (рис. 1).

Під інноваціями в широкому змісті цього слова ми пропонуємо розуміти прибуткове використання нововведень у вигляді нових технологій, видів продукції і послуг, організаційно-технічних і соціально-економіч-

них рішень виробничого, фінансового, комерційного, адміністративного або іншого характеру.

Час від зародження ідеї, створення і поширення нововведення до його використання прийнято називати життєвим циклом інновації. З урахуванням послідовності проведення робіт життєвий цикл інновації розглядається як інноваційний процес.

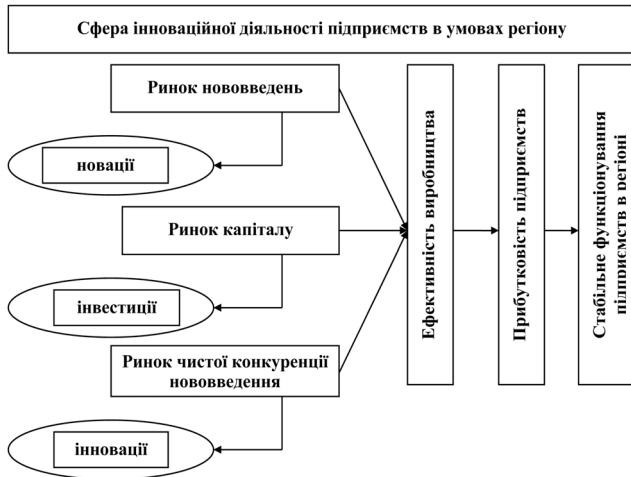


Рис. 1. Схема впливу інноваційної діяльності на ефективність виробництва та стабільну діяльність підприємств в умовах регіону

На нашу думку терміни «інновація» і «інноваційний процес» близькі, але не однозначні. Інноваційний процес пов'язаний із створенням, освоєнням і поширенням інновацій. Творці інновації (новатори) керуються такими критеріями, як життєвий цикл виробу й економічної ефективності. Їхня стратегія спрямована на те, щоб перевершити конкурентів, створивши нововведення, що буде визнано унікальним у певній галузі. Науково-технічні розробки і нововведення виступають як проміжний результат науково-виробничого циклу і в міру практичного застосування перетворюються в науково-технічні інновації — кінцевий результат [4]. Науково-технічні розробки і винаходи є додатком нового знання з метою його практичного застосування, а науково-технічні інновації (НТІ) — це матеріалізація нових ідей і знань, відкриттів, винаходів і науково-технічних розробок у процесі виробництва з метою їхньої комерційної реалізації для задоволення визначених запитів споживачів. Неодмінними властивостями інновації є науково-технічна новизна і виробнича придатність. Отже, науково-технічні інновації повинні: мати новизну; задовольняти ринковий попит; приносити прибуток виробнику. Поширення нововведень, як і їхнє створення, є складовою частиною інноваційного процесу. Розрізняють три логічні форми інноваційного процесу: простий внутрішньо організаційний (натуральний), простий між організаційний (товарний) і розширений [5]. Внутрішньо організаційний інноваційний процес припускає створення і використання нововведення усередині однієї і тієї ж організації, нововведення в цьому випадку не приймає безпосередньо товарної форми. При простому інноваційному процесі нововведення виступає як предмет купівлі-продажу. Така форма інноваційного процесу означає відділення функції творця і виробника нововведення від функції його споживача. Розширений інноваційний процес виявляєть-

ся в створенні нових виробників нововведення, у порушенні монополії виробника-піонера, що сприяє через взаємну конкуренцію удосконалюванню споживчих властивостей товару, що випускається. В умовах товарного інноваційного процесу діють як мінімум два господарюючих суб'єкти: виробник (творець) і споживач (користувач) нововведення. Якщо нововведення — технологічний процес, його виробник і споживач можуть об'єднуватися в одному суб'єкті, що господарює. Простий інноваційний процес переходить у товарний за дві фази: 1) створення нововведення і його поширення; 2) дифузія нововведення. Перша фаза — це послідовні етапи наукових досліджень, дослідно-конструкторських робіт, організація дослідного виробництва і збуту, організація комерційного виробництва. На першій фазі ще не реалізується корисний ефект нововведення, а тільки створюються передумови такої реалізації. На другій фазі суспільно-корисний ефект перерозподіляється між виробниками нововведення (ВН), а також між виробниками і споживачами.

Для успішного керування інноваційною діяльністю на підприємствах та організаціях регіону, необхідне ретельне вивчення інновацій. Насамперед необхідно уміти відрізнити інновації від несуттєвих видозмін у продуктах і технологічних процесах (наприклад, естетичні зміни — кольори, форми і т. п.); незначних технічних або зовнішніх змін у продуктах, що залишають незмінними конструктивне виконання й здійснюючих не достатньо помітний вплив на параметри, властивості, вартість виробу, а також вхідних у нього матеріалів і компонентів; розширення номенклатури продукції за рахунок освоєння виробництва нових для даного підприємства, але уже відомих на ринку продуктів, із метою задоволення поточного попиту і збільшення прибутків підприємства. Новизна інновацій повинна оцінюватися за технологічними параметрами, а також враховувати ринкові позиції [6]. Враховуючи це можна класифікувати інновації таким чином. У залежності від технологічних параметрів інновації пропонується поділяти на: продуктові інновації, вони повинні включати застосування нових матеріалів, нові напівфабрикати і комплектуючі, одержання принципово нових продуктів: процесні інновації означають нові методи організації виробництва (нові технології). Процесні інновації можуть бути пов'язані зі створенням нових організаційних структур у складі підприємства (фірми). За типами новизни для ринку інновації діляться на: нові для галузі у світі; нові для галузі в країні; нові для даного підприємства (групи підприємств). За місцем в системі (на підприємстві, у фірмі) можна виділити: інновації на вході підприємства (зміни у виборі і використанні сировини, матеріали, машин і устаткування, інформації й ін.); інновації на виході підприємства (вироби, послуги, технології, інформація й ін.); інновації системної структури підприємства (управлінської, виробничої, технологічної). У залежності від глибини внесених змін виділяють інновації: радикальні (базові); що покращують; модифікаційні (приватні). Схематично класифікацію інновацій в умовах конкурентної боротьби нами представлено на рис. 2.

Однією з найактуальніших проблем вітчизняної економіки є підвищення конкурентоспроможності промисловості на основі її технологічного переоснащення й розвитку наукоємних галузей виробництва. Тому виникає гостра потреба в одержанні підприємствами до-

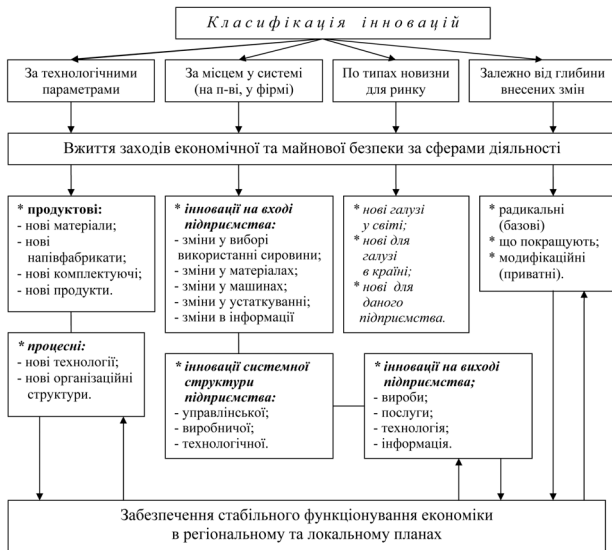


Рис. 2. Схематична модель класифікації інновацій в умовах конкурентної боротьби

ступу до передових технологій. Водночас підвищення ступеня відкритості національної економіки поряд із посиленням інтеграційних процесів у світовій економіці супроводжується загостренням конкуренції, поряд з цим є необхідність пошуку ефективних шляхів просування продукції вітчизняних товаровиробників на ринку, переважно інноваційної, оскільки традиційні її види здебільшого неконкурентоспроможні, при цьому необхідно залучати окремі засоби економічної і майнової безпеки

**Висновок.** Таким чином, основними заходами активізації інноваційної діяльності економіки підприємств та організацій на регіональному рівні слід вважати:

— розробку і запровадження механізму надання пільг промисловим підприємствам, які впроваджують і реалізують інноваційну продукцію;

— поширення практики надання інноваційним підприємствам середньострокових кредитів зі знижкою кредитної ставки;

— контролювання державою екологізації виробництва, стимулювання діяльності, спрямованої на збереження довкілля;

— мотивація працівників до інноваційної діяльності, зменшення міграції науковців;

— законодавчі зміни у галузі інноваційної діяльності щодо пільг і стимулів;

— політика підприємства повинна мати інноваційну спрямованість.

— тісне співробітництво вітчизняних підприємств з іноземними підприємствами, обмін досвідом;

— використання тісної співпраці науки і виробництва;

— залучення засобів економічної і майнової безпеки.

Реалізація запропонованих напрямків активізації інноваційної діяльності в Україні дасть змогу значно підвищити рівень інноваційної активності промислових підприємств, стабілізувати прискорений процес оновлення виробництва, ефективно використовувати внутрішні і залучені зовнішні інвестиції на інноваційну діяльність.

### Література

1. Гриньова В. М., Козирева О. В. Соціально-економічні проблеми інноваційного розвитку підприємств: Монографія. — Х.: ВД «ІНЖЕК», 2006. — 192 с.
2. Ілляшенко С. М. Управління інноваційним розвитком: Навч. посіб. — 2-ге вид., перероб. і доп. — Суми: ВТД «Університетська книга»; К.: Видавничий дім «Княгиня Ольга», 2005. — 324 с.
3. Лапко О. Інноваційна діяльність у системі державного регулювання: Монографія. — К.: Інститут економічного прогнозування НАН України, 1999. — 342 с.
4. Фатхутдинов Р. А. Инновационный менеджмент. — Спб.: Питер, 2002. — 400 с.
5. Федулова Л. І. Інноваційна економіка: Підручник. — К.: Либідь, 2006. — 480 с.
6. Про інноваційну діяльність: Закон України від 4 липня 2002 року №40 — IV // zakon 1. rada. gov. ua.
7. Амоша О. І. Інноваційний шлях розвитку України: проблеми та рішення // Економіст. — 2005. — № 6ю. — С. 28.
8. Андрушків Б. М. та ін. Економічна та майнова безпека підприємства. Антирейдерство. — Тернопіль: Терно-граф. — 2008. — 424 с.