

СУТНІСТЬ І КЛАСИФІКАЦІЯ НАПРЯМКІВ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Існують два підходи до розуміння терміну «інноваційний розвиток»:

1) технічні або наукові результати, які можна продемонструвати у працях Й. Шумпетера, П. Завліна, І. Балабанова, в яких інноваційний розвиток вважається кінцевим результатом наукової чи науково-технічної діяльності;

2) функціональні, виявлені у працях Б. Санто, Б. Твісса, в яких інноваційний розвиток пов'язаний із функціями створення, впровадження, розповсюдження інновацій та реалізації інноваційних проектів.

На цьому етапі більшість досліджень вітчизняних та зарубіжних вчених використовують термін "інноваційний розвиток", коли йдеться про відповідний тип розвитку на макрорівні та вивчення механізмів науково-технічного прогресу в економічному розвитку державної моделі інноваційного розвитку тощо.

У цьому випадку під інноваційним типом розвитку зазвичай розуміють «шлях економічного зростання шляхом безперервних та систематичних інновацій до значного вдосконалення всіх аспектів економічної системи, періодичної перегрупування на основі логіки науково-технічного процесу», цілі та завдання, здатність використовувати певні фактори ресурсів, створювати інноваційні продукти та створювати конкурентні переваги, а також «інноваційна – це модель розвитку, яка безпосередньо базується на нових наукових знаннях та її технологічній реалізації у виробництві, зростання ВВП, головним чином шляхом забезпечення виробництва та впровадження наукоємних продуктів та послуг».

Компанія, що стала на шлях інноваційного розвитку, повинна працювати за такими принципами:

– адаптивність – прагнення зберегти певний баланс між зовнішніми та внутрішніми можливостями розвитку (внутрішні стимули для бізнес-одиниці та зовнішні, породжені ринковим середовищем);

– динаміка – динамічне вирівнювання цілей та мотивацій (стимулів) компанії (включаючи її власників, керівників, спеціалістів, працівників);

– самоорганізація-самодостатність умов праці, тобто самодостатній обмін ресурсами (інформацією, матеріалами, фінансами) між елементами виробничої та маркетингової системи компанії, а також між підприємством та зовнішнім середовищем;

– саморегулювання – пристосування системи управління виробничо-збутовою діяльністю підприємства до зміни умов діяльності;

– внутрішній розвиток – незалежне створення умов для довгострокового виживання та розвитку компанії (відповідно до її місії та визнаної мотивації).

Напрямок інноваційного розвитку компанії – це певний вектор руху компанії, що ґрунтується на впровадженні та реалізації інновацій, які сприяють поліпшенню кількісних та якісних характеристик її діяльності, забезпечують зміцнення її позицій на ринку.

Залежно від стратегічної орієнтації інноваційного розвитку компанії, розрізняють такі напрямки:

– збалансований інноваційний розвиток, який використовується в умовах безперервних та поступових інноваційних змін;

– наступальний інноваційний розвиток, який використовується, коли потрібні швидкі стрибки, коли необхідно залишатися попереду або залишатися в лідерах;

– захист інноваційного розвитку, використання результатів моніторингу дій провідних компаній на ринку;

– абсорбуючий інноваційний розвиток, який є імітацією інноваційних трансформацій та основними зусиллями щодо забезпечення сталості виробничого процесу.

Залежно від мотивів підприємця-новатора та споживача інновацій, напрями інноваційного розвитку поділяються на:

– «Завоювання сподобання споживачеві», що характеризується нерентабельністю для підприємця-новатора та рентабельністю для споживача, який отримує інноваційну продукцію з якісними характеристиками, що відповідають ціні. Такий напрямок інноваційного розвитку може відбуватися у компаніях, які зосереджують свою діяльність переважно на технологічній новизні продукції без попередньої оцінки їх потенційної прибутковості та спрямовані переважно на залучення споживача;

– «Комплексна вигода», якщо комплексна оцінка користі від використання інноваційних продуктів перевищує оцінку цін, а ефект від впровадження інновацій перевищує інвестиційний капітал;

– «Іміджевий ефект», що характеризується рентабельністю для підприємця-новатора та втратою для споживача, який не отримує інноваційної продукції відповідної ціни. Цей напрямок інноваційного розвитку може виникнути у компаніях, де орієнтація корпоративного інноватора полягає в тому, щоб слідувати «модним тенденціям», коли усталений імідж компанії не завжди дозволяє виводити на ринок нові продукти, думаючи про переваги споживачів та критерій «ціна-вигода»;

– «Ефект чорного кола», який характеризується збитковістю як для новатора, так і для споживача, який отримує інноваційну продукцію з якісними характеристиками, які не відповідають ціні. Цей напрямок інноваційного розвитку може виникнути, коли ні підприємець-новатор, ні споживач не мають достатньої компетентності для оцінки прибутковості.

Визначення напрямку інноваційного розвитку залежно від мотивів здійснюється шляхом порівняння вигоди, яку отримує споживач від використання інноваційної продукції та її ціни, та порівняння ефекту впровадження інновацій та інвестиційного інноваційного капіталу новатора.

Пуцентейло П.Р. і Гуменюк О. О. переконані: “Упродовж останніх років відбуваються процеси технологічних трансформацій, котрі зумовлюють перехід на якісно новий рівень технологій ведення бізнесу в умовах цифровізації економіки” [8, с. 131].

Список використаних джерел

1. Гриньов А.В. Інноваційний розвиток промислових підприємств: концепція, методологія, стратегічне управління. Х. : ІНЖЕК, 2003. 308 с.
2. Економіка й організація інноваційної діяльності: підручник / за ред. О. І. Волкова, М. П. Денисенка. К.: Професіонал, 2011. 960 с.
3. Йохна М. А. Економіка і організація інноваційної діяльності :навч. посіб. К.: Академія, 2011. 400 с.
4. Заблоцький Б. Ф. Економіка й організація інноваційної діяльності: навч. посіб. Львів :Новий Світ-2000, 2008. 456 с.
5. Ілляшенко С.М. Інноваційний менеджмент:підручник. Суми :Університетська книга, 2010. 334 с.
6. Микитюк П. П. Інноваційна діяльність: навч. посіб. К. : Центр учбової літератури, 2009. 392 с.
7. Микитюк П. П. Управління інноваціями: навч. посіб. Тернопіль: Економічна думка, 2013. 257 с.
8. Пуцентейло П. Р., Гуменюк О. О. Цифрова економіка як новітній вектор реконструкції традиційної економіки. Інноваційна економіка. 2018. № 5-6. С. 131-143.
9. Сурин А. В. Инновационный менеджмент: учебник. М. : ИНФРА-М, 2009. 368 с.