

ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОСНОВА ЙОГО ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

В.О. Морохова

Луцький національний технічний університет, morokhova@ukr.net

Діяльність кожної організації спрямована на задоволення потреб споживачів відповідного сегмента ринку. Незалежно від того, до якої галузі вона належить, яких споживачів обслуговує, поряд із нею на ринку функціонують інші підприємницькі структури, що займаються аналогічною діяльністю. Чим привабливіший з погляду доходів ринковий сегмент, тим інтенсивніша на ньому конкуренція.

Конкурентна боротьба між суб'єктами господарювання змушує їх дбати про ефективність своєї діяльності, що можливо лише за умов систематичних нововведень у виробничий процес з метою вдосконалення способу виготовлення продукції, і в саму продукцію для її модифікації, надання нових властивостей, поліпшення дизайну, експлуатаційних характеристик, що формує її вищу споживчу цінність і робить привабливішою для покупців. Отже, здатність суб'єктів господарювання створювати те, чого ще немає на ринку товарів і послуг, але потрібне споживачам, забезпечує умови їх тривалому існуванню і розвитку.

Американський фахівець з управління Пітер Друкер вказував, що «інновації (або новаторство) – це особливий засіб підприємців, за допомогою якого вони досліджують зміни в економіці та

суспільстві з метою використання їх у бізнесі чи різних сферах обслуговування». Отже, за допомогою інновації організація здатна конкурувати на ринку, що потребує пильної уваги менеджерів усіх рівнів до формування системи управління новаціями [2].

Одним з головних чинників сприйнятливості до нововведень є інноваційний потенціал організації. Поняття інноваційного потенціалу країни, регіону, галузі, підприємства доволі часто зустрічається в економічній літературі. Разом з тим, загальноприйнятого визначення поняття «інноваційний потенціал» немає, що ускладнює розуміння його сутності, оцінку наявного рівня і його достатності, розробку і обґрунтування заходів, спрямованих на його реалізацію і розвиток.

Аналіз визначень інноваційного потенціалу показує, що їх можна згрупувати таким чином:

1. Здатність до реалізації можливостей розвитку на основі інновацій.

Василенко В.О. визначає інноваційний потенціал як здатність підприємства взагалі чи суб'єкта господарювання робити нову, наукомістку продукцію, що відповідає вимогам ринку, особливо світового [1].

Фатхутдінов Р.А. визначає інноваційний потенціал як міру готовності організації виконати завдання, які забезпечать досягнення поставленої інноваційної мети, тобто міра готовності до реалізації інноваційного проекту або програми інноваційних перетворень та впровадження інновації [5].

Ілляшенко С.М. під інноваційним потенціалом розуміє здатність до втілення досягнень науки і техніки у конкретні товари, спрямовані на задоволення запитів споживачів. Разом з тим, він вважає, що інноваційна діяльність має шанси на успіх тільки за наявності, крім інноваційного ринкового потенціалу, виробничо-збутового [3].

2. Як сума накопичених ресурсів суб'єкта господарської діяльності, достатніх для розробки і впровадження інновацій.

Близькими до поглядів попередньої групи авторів є позиції, які інноваційний потенціал, з одного боку, ототожнюють із здатністю до оновлення продукції і виробничого апарату у перспективі, а з іншого – характеризують як певну критичну частку інноваційних ресурсів підприємства (галузі).

Смерічевська С. В. та Сидич О. В. розуміють поняття інноваційного потенціалу як сукупність виробничих, наукових, фінансових, маркетингових, кадрових, організаційних ресурсів і можливостей, що забезпечують готовність і здатність підприємства здійснювати інноваційну діяльність при постійному удосконаленні системи управління нею з урахуванням факторів нестабільності ринкового середовища [4].

Таким чином, зазначимо, що інноваційний потенціал підприємства слід розглядати одночасно як:

- деяку критичну масу ресурсів, необхідну і достатню для генерації інновацій, втілення їх у конкретні конкурентоздатні товари, технології, організаційні чи управлінські рішення;
- здатність до сприйняття ідей інновацій, можливість і економічна доцільність виробити і просувати інновації на ринку.

При цьому, враховуючи ринкові реалії, обов'язковою є здатність ринку сприйняти новації, матеріалізовані у нових товарах, технологіях, організаційних і управлінських рішеннях.

Цим умовам відповідає таке визначення інноваційного потенціалу господарюючого суб'єкта: комплекс взаємопов'язаних ресурсів і здатностей до їх реалізації, що визначають його спроможність (інтелектуальну, технологічну, інформаційну, науково-дослідницьку, економічну тощо) приведення у відповідність до зовнішніх внутрішніх можливостей розвитку на основі постійного пошуку, використання і розвитку нових сфер і способів ефективної реалізації наявних і перспективних ринкових можливостей.

Це визначення ув'язує в єдиний комплекс ресурси підприємства (господарюючого суб'єкта), здатність ефективно ними розпоряджатися, зовнішні умови господарювання взагалі і інноваційної діяльності зокрема, механізм інноваційного розвитку, роль інноваційного потенціалу в ньому. Тобто воно носить узагальнюючий характер, але одночасно надає можливість визначитися із складовими інноваційного потенціалу і показниками їх оцінки.

Процес формування інноваційного потенціалу підприємства передбачає його структуризацію та ідентифікацію потенціало-утворюючих елементів, визначення обґрунтованих пропорцій та зв'язків між складовими системи з метою забезпечення стабільної інноваційної діяльності та інноваційного розвитку підприємства. Інноваційна діяльність має шанси на успіх лише при наявності і узгодженій взаємодії ринкового потенціалу (як спроможність ринку сприймати інновації певного типу), інноваційного потенціалу підприємства (як можливості втілення досягнень науки і техніки

у конкретні товари, здатні задовольняти запити споживачів), виробничо–збутового потенціалу (як спроможності підприємства розробити, виробити і просувати інновації на ринку).

Оскільки разом з інноваційним потенціалом здійснюється також оцінка інших потенціалів, а потім дається їх комплексна оцінка, то доцільним уявляється розглядати інноваційний потенціал підприємства–інноватора як комплексний, що включає також елементи ринкового і виробничо–збутового потенціалів.

Інноваційний потенціал підприємства в даному випадку розглядається як комплекс взаємопов'язаних ресурсів і змога їх реалізації, які визначають його спроможність приводити у відповідність до зовнішніх внутрішні можливості розвитку, використання і розвиток нових сфер і способів ефективної реалізації наявних і перспективних ринкових можливостей.

Підсумовуючи все вище зазначене, можна зробити такі висновки:

- складові інноваційного потенціалу характеризують ресурси підприємства і спроможність до їх реалізації, які, в основному, визначають можливості підприємства розвиватися інноваційним шляхом;
- аналіз інноваційного потенціалу за визначеними його складовими надає можливість розробки процедур оцінки його достатності для розробки і просування на ринок конкретних інновацій з метою оптимізації їх вибору;
- результати дослідження мають стати основою розробки системи цілеспрямованого пошуку, аналізу, оцінки і відбору інновацій, прийнятних для конкретних підприємств у певних ринкових ситуаціях, ураховуючи перспективи їх розвитку.

Список використаних джерел:

1. Василенко, В.О. Антикризове управління підприємством: навч. посібник / В.О. Василенко. – [Вид. 2–ге, виправл. і доп.]. – Київ: Центр навчальної літератури, 2005. – 504 с.
2. Друкер, П. Бизнес и инновации / Питер Друкер. – М.: [«Вильямс»](#), 2007. – 432 с.
3. Ілляшенко, С.М. Управління інноваційним розвитком промислових підприємств: монографія / С.М. Ілляшенко, О.А. Біловодська. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2010. – 435 с.
4. Смерічевська, С. В. та Сидич О. В. Оцінка інноваційного потенціалу підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу http://www.confcontact.com/Okt/18_Smerich.htm.
5. Фатхутдинов, Р.А. Инновационный менеджмент: учебник / Р.А. Фатхутдинов – [2–е изд.]. – М.: ЗАО Бизнес–школа «Интел–Синтез», 2000. –624 с.