

ФАКТОРИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Ефективність і результативність сучасного підприємства залежить від стратегії розвитку і впровадження інновацій на підприємстві в цілому. Вдосконалення науково-технічної сфери в сучасних умовах робить величезний вплив на розвиток підприємств і його систем, внаслідок чого сформувався інноваційний менеджмент, головною метою якого є управління інноваційним розвитком підприємства. При цьому інноваційний розвиток включає декілька складових: поступальний розвиток із застосуванням досконаліших або новіших процесів, технологій або продуктів, а також досягнення економічних показників росту прибутку, конкурентоспроможності і ефективності.

Низка зарубіжних і вітчизняних науковців таких як: І. Ансофф, Х. Алфорд, П. Коренков, Д. Коноков, О. Кузьмін, Л. Мельник, О. Мельник, М. Мескон, В. Пономаренко, Ю. Порошин, В. Тарасов, Л. Тарасевич, Г. Файоль, Ф. Фідлер, В. Яцура та ін., присвятили свої праці розгляду проблем ефективного та інноваційного управління розвитком підприємств в умовах переходу до “нової економіки” [1].

Єдиного підходу до визначення глобалізації не існує, оскільки окремі питання та його складові є предметом дослідження багатьох наук. Проте безсумнівним залишається той факт, що процес глобалізації має еволюційний характер і продовжує свій розвиток в наш час. [4 с. 39].

Існує декілька підходів до формування стратегії впровадження інновацій, інноваційного розвитку підприємства, наприклад еволюційний і революційний підходи. При застосуванні еволюційного підходу інноваційного розвитку інновації впроваджуються у рамках вдосконалення процесів виробництва продукції, самого продукту або технології виробництва.

Інновація - це результат створення затребуваних споживачами різних нововведень, що є досконалішими, ніж їх аналоги на сьогоднішній момент, в результаті використання яких досягнення прибутку стає простіше.

Успіх інноваційної діяльності залежить від багатьох чинників. Для оцінки цих чинників проаналізуємо найбільш значущі з них.

Процес глобалізації світових ринків. Характерною рисою світової економіки є процес глобалізації і процес взаємозалежності структур економік різних держав. Усуваються бар'єри перетікання капіталів, інтелектуальної робочої сили, інтелектуальних досягнень і технологій. Це дозволяє краще розвивати перспективні напрями. Для України головним викликом стане відповідь на питання, чи зможе вона впоратися з диспропорціями в економіці, для ефективного розвитку якої є усі необхідні засоби, інтелектуальний капітал, фінансовий капітал, кваліфіковані робочі кадри.

Розвиток глобалізації ринків підвищує рівень конкуренції між гравцями. Якщо раніше підприємства конкурували тільки у рамках країн, то зараз таких обмежень немає. Конкурентна боротьба проходить як усередині країни, так і на усіх ринках світу, для споживачів все меншу роль грає місце виробництва придбаного товару.

Стрімке скорочення життєвого циклу продуктів, процесів (ЖЦ). Сучасний етап розвитку науки і техніки характеризується скороченням життєвих циклів продукції, що з'являються на ринку. Найшвидше і ефективно цей процес протікає в галузях високотехнологічного виробництва, наукомістких продуктів, комп'ютерної техніки, мобільних телефонів, збільшення виробництва яких йде в геометричній прогресії. При цьому якщо раніше виробникові вимагалось розробляти одну модель в рік, то на сьогоднішній момент потрібно розробку і випуск не менше трьох різноманітних інноваційних моделей. Аналогічно концепції життєвих циклів продуктів розглядають життєві цикли компаній [3, с. 125].

Підвищення вимог, що пред'являються, до продукції. Тенденції розвитку ринків дозволили споживачам вибирати необхідний товар із заданими характеристиками і властивостями. Ця тенденція привела до того, що діяльність підприємств спрямована на кінцевого споживача, тобто індивідуально розроблені товари і послуги поставляються клієнтам за цінами масового виробництва, причому без збитку якості. З впровадженням інтернет-технологій в торгівлю у кінцевого споживача з'явилася безліч інструментів

для проведення аналізу характеристик властивостей товару, що придбавався, технології, у зв'язку з чим чинник дослідження ринку і маркетинг повинні займати важливе місце в стратегії інноваційного розвитку.

Формування мережевих структур з новими властивостями. Сучасний етап характеризується переходом від ієрархічних вертикальних структур до горизонтальних з мережевою ієрархією.

Найбільш простою і перспективною формою конкуренції є стратегічні альянси, союзи. Іншими словами, це коаліції двох або більше за підприємства, що створюються для досягнення стратегічних цілей, які є для них взаємовигідними.

Так, О. Н. Петров приводить наступні види стратегічних альянсів в сучасній глобальній економіці[2, с. 124].

Серед інших виділяють наступні мотиви зближення: чинник отримання технології і виробничих можливостей; доступ до нових ринків, визначених ринкам; зниження фінансового і політичного ризику; підвищення конкурентоспроможності.

Ріст вірогідності копіювання та імітації продуктів у сучасних підприємств, як ніколи раніше, існують як технічні, так і інші можливості імітації і адаптації якостей і ознак успішної продукції конкурентів.

Проблема боротьби з імітаторами залишається важко вирішуваною із-за складності ринку і постійної потреби в участі сторонніх організацій, співпраці з конкурентами, розширення соціальних і фізичних інформаційних мереж, створення інших фірм шляхом відділення. Для виробництва за шаблоном створено багато умов, в основному це пов'язано з тим, що для забезпечення державного захисту товару або послуги потрібно багато інформації, доступ до якої все простіший.

Чинник екологічних вимог. Розвиток промисловості призвів до погіршення екологічної обстановки. Сучасний етап відрізняє збільшене екологічне усвідомлення населення, а отже, впровадження нових екологічних розробок. У країнах впроваджуються нові стандарти і вимоги до технології і продукту, що вже на початковій стадії визначає норми відповідності. У разі недотримання цих норм продукт не отримує дозвіл на реалізацію, що повинно бути враховано в стратегії розвитку.

Зростання витрат в інноваційній діяльності. Для підтримки конкурентоспроможності в сучасних умовах підприємства повинні орієнтувати свою діяльність на постійне вдосконалення виробів, що випускаються, а значить, пропонувати на ринок якісну, але досить дешеву продукцію. Таке положення вимагає великих інвестицій в інноваційні проекти. У сумі з тенденцією скорочення життєвих циклів і термінів реалізації нововведень це викликає дорощання розробок інноваційних продуктів.

Інформаційно-комунікаційне середовище. Характерною рисою інноваційних підприємств є велика кількість актуальної і важливої інформації, вживаної при ухваленні рішень. Зростає роль інформаційно-комунікаційних технологій як основного джерела конкурентоспроможності. Відбувається інформатизація процесу виробництва, підвищується важливість отримуваної вимірювальної інформації як основного елементу ухвалення рішень. Підвищується доля інтелектуальних виробництв в інноваційному секторі економіки. Інтелектуальні виробничі системи займають все більше місця в структурі промисловості, що в сумі міняє її сучасний вигляд. Інформація стає одним з джерел, що чинять стимулюючу дію на інноваційний розвиток промислових підприємств.

Застосування інноваційних інформаційно-вимірювальних систем управління виробничими процесами. Розробка і застосування інноваційних процесів виробництва, новітніх товарів і послуг з підвищеними якостями вимагають від системи управління використання адекватних інструментів управління цими процесами, у зв'язку з чим важливість придбаває якість і достовірність отримуваної вимірювальної інформації. Метрологічне забезпечення процесів виробництва є важливою складовою якості готового інноваційного продукту.

Таким чином, при розробці стратегії інноваційного розвитку для підприємства важливе уміння правильно моделювати свій розвиток як в майбутньому, так і в сьогоденні. Сьогодення впливає на поточну конкурентоспроможність, майбутнє - на майбутню. Використання чинників та інструментів управління, розглянутих в статті, найдоцільніше при розвитку стратегічного управління інноваційним підприємством.

Список літератури:

1. Основы инновационного предпринимательства: учеб, пособие / Г. А. Гершанок, Н. А. Молодчик, В. Л. Попов, А. Ф. Палкин, Д. Г. Шишкин, Д. А. Томчук; под ред. Г. А. Гершанка. - Пермь: Изд-во Перм. нац. исслед. политехи, ун-та, 2012. - 167 с.
2. Петров А. Н. Стратегический менеджмент. - СПб.: Питер, 2008. - С. 464.

3. Управление инновационными проектами: учеб, пособие / под ред. проф. В. Л. Попова. - М.: ИН-ФРА-М, 2009. - 336 с.

4. Фещур. Р.В. Управління розвитком машинобудівних підприємств Р.В. Фещур, В.Ю. Самуляк Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та розвитку. -Л.: Вид-во Нац. ун-ту "Львів, політехніка", 2008-С. 100-109.

5. Хміль Ф. Удосконалення управління вітчизняними організаціями в контексті економічних та суспільних змін ТНЕУ. - 2009. - С. 31-35.