

*Любов Козубенко,  
аспірант кафедри економічної теорії  
та історії економіки НАДУ*

## **Фактори вибору підприємствами інноваційних стратегій**

У статті узагальнено та систематизовано внутрішні (об'єктивні і суб'єктивні) та зовнішні (зумовлені заходами державної економічної політики) мотиви інноваційної активності фірм. Проаналізовано особливості вибору та реалізації стратегій інноваційної діяльності українськими підприємствами.

*Ключові слова:* інноваційна стратегія, інноваційна активність, інноваційна діяльність, інновації, інноваційна політика.

In the article the internal (objective and subjective) and external (driven by measures of public economic policy) reasons for innovative activity of firms are summarized and systematized. It is analyzed the features of choice and implementation of innovative activity strategies of Ukrainian enterprises.

*Key words:* innovative strategy, innovative activity, innovative practices, innovations, innovative policy.

*Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями.* На сьогодні все більшу роль у забезпеченні поступового розвитку суспільства відіграють фактори, пов'язані з використанням новітніх досягнень у галузі науки і техніки. За деякими оцінками, частка чинників економічного зростання промисловості розвинених країн, пов'язаних з прямими вкладеннями капіталу, становить близько 25%, приблизно третина обумовлена підвищенням кваліфікації робочої сили, більше 40% забезпечується використанням новітніх наукових відкриттів, винаходів та інших результатів досліджень, тобто інноваціями.

Самими підприємствами інноваційна діяльність розглядається як потужний каталізатор розвитку, надійна гарантія ефективного бізнесу. Результати проведеного в США опитування найбільш потужних компаній показали, що в

найближчі роки лише для 8% з них значення нововведень як обов'язкової умови ефективної бізнесової діяльності залишиться практично незмінним, тоді як 51% очікує помітного його посилення, а 41% - істотного зростання. Зростаючий вплив інновацій на економічні результати окремих підприємств і всієї економіки певної країни зумовлює проведення відповідної державної політики, спрямованої на активізацію інноваційної діяльності підприємств. Важливими в цьому контексті виступають ідентифікація внутрішніх та зовнішніх мотивів інноваційної активності підприємств і розробка заходів державної політики щодо її стимулювання.

*Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми, та виділення невирішених раніше питань.* У наукових дослідженнях з інноваційної проблематики велика увага приділяється визначенню факторів, що впливають на інноваційну діяльність підприємств. Багато авторів вказують на отримання додаткового або максимального прибутку як на домінуючу мотивацію до здійснення інноваційної діяльності в ринкових умовах [5, с. 53]. Отримання прибутку забезпечує тимчасову монополію на використання досягнень, які захищені комерційною таємницею і патентом. Згодом така монополія ліквідується, а умови господарювання вирівнюються. Але сам процес відновлення тимчасової монополії за рахунок впровадження нововведень постійно відтворюється в ході конкурентної боротьби. Відзначається, що підприємства, які володіють передовими технологіями, практично монополізують сферу ціноутворення і прибутків.

Деякі дослідники підкреслюють, що інноваційна діяльність є найважливішим фактором забезпечення конкурентоспроможності фірми [1, с. 37; 3; 6]. В сучасних умовах акценти в конкурентній боротьбі зміщуються зі сфери цін у науково-технічну сферу, здатну забезпечити появу нових продуктів, що задовольняють індивідуальні потреби споживачів.

Використання сучасної техніки і технологій дає змогу підвищувати якість продукції відповідно до зростаючого попиту.

Разом з тим, незважаючи на велику кількість наукових публікацій з цієї проблематики, багато питань залишаються малодослідженими. Зокрема, різноманіття факторів, що впливають на інноваційну активність фірм, зумовлює потребу в їх систематизації. Потребують урахування особливості здійснення інноваційної діяльності українськими підприємствами в умовах системних суспільно-економічних трансформацій. Актуальним з точки зору формування інноваційної моделі розвитку вітчизняної економіки є критичний аналіз стратегій інноваційної діяльності підприємств, сформованих в інших країнах, за критерієм їх здійсненності в Україні.

*Постановка завдання (формулювання цілей статті).* У статті ставиться завдання узагальнити та систематизувати мотиви інноваційної активності фірм, а також проаналізувати особливості вибору і реалізації стратегій інноваційної діяльності українськими підприємствами.

*Вклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових висновків.* З початку 1970-х рр., коли технології стали засобом отримання і збереження переваг у конкурентній боротьбі, вони стали об'єктом стратегічного управління, а керівники наукових підрозділів компаній увійшли до топменеджменту компаній. Мотиви, що спонукали підприємства займатися інноваційною діяльністю, можна розділити на внутрішні та зовнішні, що мають об'єктивну та суб'єктивну природу. До внутрішніх мотивів належать необхідність заміни застарілих технологій (об'єктивна причина) чи прагнення групи талановитих інженерів реалізувати свій творчий потенціал (суб'єктивна причина).

Увесь спектр внутрішніх мотивів, що спонукав до інноваційної активності, індивідуальний для кожної окремої компанії і в деяких випадках відіграє вирішальну роль при прийнятті рішень щодо здійснення інноваційної діяльності. Так, для щойно заснованої компанії створення та освоєння новітніх

технологій можуть бути єдиною можливістю завоювати місце на ринку.

Як правило, внутрішні причини виявляються недостатньо вагомими. Багатьом компаніям притаманний стійкий консерватизм в інноваційній політиці. Так, великі монополії, що домоглися переваг на ринку, зазвичай не мають внутрішніх спонукальних мотивів до здійснення високоризикової інноваційної діяльності. У цьому випадку вирішальним стимулом її проведення можуть виступати причини зовнішнього характеру, зокрема зумовлені відповідними заходами економічної політики в державі.

На рівні підприємства з інноваціями пов'язують істотне зменшення витрат, підвищення якості та збільшення випуску продукції, отримання високого прибутку на вкладений капітал у разі успішного завершення проекту, збереження людської праці та навколишнього середовища.

Головним спонукальним мотивом у процесі здійснення інновацій виступає підвищення конкурентоспроможності продукції, яка випускається, про що свідчать дані опитування великої кількості підприємств [4, с. 21]. Підвищення конкурентоспроможності за рахунок використання нововведень особливо актуальне для підприємств, які бажають вийти на міжнародні ринки. На сьогодні закріпитись на цих ринках з традиційною продукцією - справа малоперспективна і можлива лише для підприємств, що торгують сировиною або продукцією первинних перерозподілів за нижчими порівняно зі світовими цінами. Тому багато компаній-виробників кінцевої продукції, що ставлять перед собою стратегічні цілі завоювання і збереження ніш на міжнародних ринках, понад 50% сукупних витрат на науково-дослідні роботи направляють на розробку нових товарів.

Дані опитувань підприємств свідчать, що серед цілей проведення інноваційної діяльності найчастіше зазначається підвищення конкурентоспроможності продукції, що випускається (74% інноваційно активних підприємств). 64% респондентів однією з цілей називали розробку нових видів

продукції, 40% - покращання діючих технологій, 25% - розробку нових технологій, 23% - удосконалення виробництва і управління, 10% - скорочення термінів освоєння нової або вдосконаленої продукції [4, с. 23]. При цьому для 77% підприємств машинобудування та металообробки пріоритетною була названа розробка нових видів продукції.

Як показує аналіз, на підприємствах, що проводять активну інноваційну політику, відзначаються зростання конкурентоспроможності продукції, обсягу продажів на внутрішньому і зовнішньому ринках, збільшення прибутку, зниження собівартості створюваної продукції за рахунок економії енергоресурсів, зменшення шкідливих викидів у навколишнє середовище, поліпшення умов праці робітників [4, с. 22-25].

Таким чином, основна маса інновацій реалізується компаніями різного рівня і масштабу як засіб кращого вирішення виробничих і комерційних завдань, що забезпечують розвиток компанії. Разом з тим зазначені ринкові мотиви, що обумовлюють здійснення компаніями інноваційної діяльності, не повною мірою розкривають об'єктивну необхідність і передумови її здійснення українськими підприємствами. Це пояснюється тим, що українська економіка перебуває у стані трансформації і в ній присутні як елементи командно-адміністративної системи (високий ступінь монополізації економіки), так і щойно сформовані, але не повністю інституціоналізовані економічні відносини. Важливим чинником, що визначає майбутні шляхи розвитку українських підприємств, є глибока системна криза, яка має і суб'єктивні причини.

Україні властива певна специфічність прояву ринкових факторів, що зумовлюють активізацію інноваційної діяльності. Так, наприклад, конкурувати вітчизняним підприємствам доводиться в цілому не на міжнародних ринках, а на внутрішньому. Можна назвати такі об'єктивні причини вибору інноваційної стратегії вітчизняними підприємствами:

1. Загальний прогрес людства дає орієнтири соціально-економічних стандартів життя населенню України. У прагненні до їх досягнення неминуче породжуватиметься попит на нові предмети споживання. Виготовлення цих нових предметів споживання, на які буде сформований платоспроможний попит, і буде постійно діючим стимулом реалізації інноваційної стратегії підприємства.

2. Екстенсивний тип розвитку суспільства, характерний для України протягом десятиліть, за якого для задоволення зростаючих потреб залучаються все нові природні ресурси, має природні межі. Об'єктивно неминучий перехід до виготовлення товарів на основі матеріало- та енергозберігаючих технологій.

Крім того, уже нині дефіцит енергетичних ресурсів та їх дорожнеча унеможливають у подальшому використання енергоємних технологій через неспроможність більшості підприємств елементарно розраховуватися за енергоресурси сьогодні і, швидше за все, у майбутньому (до реального поліпшення фінансового стану більшості підприємств). Разом з тим енергоємні технології ведуть до різкого подорожчання виробленої продукції внаслідок зростання енергетичної складової у собівартості продукції, що робить її неконкурентоздатною на внутрішньому і зовнішньому ринках, а не рідко - просто незатребуваною через низьку купівельну спроможність більшості населення України. Це має змусити підприємства впроваджувати, як це було в США і країнах Західної Європи після світової енергетичної кризи 1973 р., енергозберігаючі технології.

3. Існуючі в українській економіці диспропорції роблять неминучим проведення структурних перетворень, що потребує зростання інноваційної активності підприємств.

4. Українська незадовільний, а іноді просто аварійний, стан виробничої бази більшості підприємств України зумовлює необхідність проведення її докорінної реконструкції на основі техніки нових поколінь.

5. Як показує досвід роботи вітчизняних виробників, ринкова конкуренція змушує диверсифікувати свою діяльність навіть підприємства-монополісти. Для багатьох підприємств диверсифікація і надалі буде рятувальним заходом, що дає змогу "залишатися на плаву". Очевидно, що освоєння виробництва нових для підприємства продуктів, які диктуються ринком, створює необхідність розробки інноваційної стратегії.

6. Обмежені можливості придбання інновацій на стороні через відсутність фінансових ресурсів і недоступність існуючих інноваційних продуктів спонукатиме підприємства орієнтуватися на активізацію власної інноваційної діяльності.

7. Зважаючи на відсутність власних напрацювань, що дозволяють упроваджувати новітню техніку і товари, держава, вочевидь, не буде перешкоджати проникненню високотехнологічної продукції зарубіжних фірм на національний ринок.

8. Слід враховувати, що постійно будуть присутні суб'єктивні фактори, які спонукають розробляти інноваційні стратегії, - бажання талановитих учених, інженерів, конструкторів самореалізуватися під час розробки та впровадження винаходів, рацпропозицій, ноу-хау і т. ін.

Усі ці обставини не просто зумовлюватимуть вибір підприємствами інноваційних стратегій, а й реально впливатимуть на їх розвиток уже в найближчій перспективі. Досвід високорозвинених країн, що досягли успіхів у реалізації інновацій, дає змогу виділити деякі типи стратегій, що можуть реалізуватися українськими підприємствами:

А. *Стратегія перенесення* - полягає у використанні наявного зарубіжного науково-технічного потенціалу та перенесенні нововведень у власну економіку. Ця стратегія була використана, передусім, підприємствами Японії у післявоєнний період, коли в таких високорозвинених країнах, як США, Англія, Франція, СРСР, закуповувалися ліцензії на високоефективні технології для освоєння виробництва новітньої продукції, що користувалася попитом за кордоном. Ця стратегія

передбачає створення і розвиток власного науково-технічного та науково-виробничого потенціалу, які забезпечували в подальшому весь інноваційний цикл - від фундаментальних досліджень і розробок до впровадження інновацій і реалізації їх усередині країни та на світовому ринку.

Однак є й інший повчальний досвід - досвід деяких країн, що розвиваються, компанії яких дотримувалися політики "подразнювального" розвитку, разового імпорту машин та обладнання. Без створення умов для самостійного технічного розвитку, удосконалення та модернізації імпортової техніки воно швидко перетворювалося на непридатне для виробництва конкурентоспроможної продукції обладнання. Проблема посилювалася тим, що нерідко імпортувалися застарілі у розвинених країнах технології та обладнання, і фірма-імпортер вже в момент його отримання виявлялася далекою від передових досягнень НТП. Такі імпортні закупівлі відтворювали ситуацію відставання.

Б. *Стратегія запозичення* - полягає в тому, що, спираючись на дешеву робочу силу та використовуючи частину з втраченого власного науково-технічного потенціалу, засвоюється виробництво продукції, що виготовлялася раніше в промислово розвинених країнах, з подальшим нарощуванням власного інженерно-технічного супроводу виробництва і відродженням науково-технічного потенціалу, здатного проводити власні науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи.

В. *Стратегія нарощування* - полягає в тому, що з використанням власного науково-технічного потенціалу, залученням зарубіжних учених і конструкторів, інтегруванням фундаментальної і прикладної науки фірмами постійно створюються нові продукти, високі технології, які використовуються в процесі виробництва та у соціальній сфері.

Наявність в Україні виробництв, які належать до різних технологічних укладів, обумовлює і місце окремих фірм у конкурентній боротьбі - від провідних позицій до відставання "назавжди". Тому не може бути єдиних універсальних



рекомендацій щодо вибору стратегії для різних підприємств. Однак можна припустити, що стратегія перенесення повноцінно не зможе застосовуватись більшістю українських підприємств, оскільки придбання ліцензій пов'язане, як правило, зі значними фінансовими витратами.

Підтвердженням того, що промислово розвинені країни будуть обмежувати надходження передових технологій в Україну і гальмувати їх розробку в самій Україні, є перелік фінансування міжнародними організаціями програм підтримки перетворень в Україні. Програми спрямовані на розвиток підприємництва, приватизації, реструктуризації фінансового сектору, вирішення екологічних проблем і т. ін. Високотехнологічні виробництва, які зазнають труднощів, жодної підтримки не отримують.

Обмежена кількість фірм можуть використати стратегію нарощування, оскільки деякі фірми володіють солідними науководослідними можливостями та сучасною виробничою базою, здатною в сучасних умовах забезпечити постачання на ринок нових продуктів. Тому для більшості вітчизняних компаній у найближчі роки переважаючим вектором буде стратегія запозичення. Для поживлення виробництва можуть бути використані часткові закупівлі імпортих комплектуючих, устаткування, технологій і організований випуск сучасних товарів, призначених для внутрішнього і зовнішнього (для третіх країн) ринків.

Таким чином, для українських підприємств є кілька можливих шляхів розвитку:

1) залишитися на "другорядних" ролях у міжнародній конкурентній боротьбі, у кращому випадку виробляючи конкурентну на внутрішньому ринку продукцію;

2) закуповувати технології, устаткування, ліцензії та патенти, копіюючи вироби фірм-лідерів, і таким чином вийти на міжнародні ринки (ринки третіх країн);

3) спробувати одним ривком або в результаті стрибкоподібного розвитку на основі власних напрацювань

досягти рівня технологічного розвитку фірм-лідерів і навіть обійти їх.

*Висновки з дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі.* Серед усієї сукупності мотивів, що спонукають підприємства здійснювати інноваційну діяльність, виділено внутрішні (об'єктивні і суб'єктивні) та зовнішні (зумовлені заходами державної економічної політики). У статті визначено такі чинники вибору інноваційної стратегії українськими підприємствами: намагання задовольнити попит на нові предмети споживання; обмеженість екстенсивного типу економічного зростання; необхідність структурної трансформації економіки України; потреба радикального оновлення виробничих фондів; посилення конкурентної боротьби як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку; обмежені можливості для придбання інноваційних продуктів, що зумовлює активізацію власної інноваційної діяльності, та ін.

У подальших дослідженнях порушених у статті питань доцільно систематизувати державні механізми впливу на мотиви інвестиційної діяльності підприємств.

### ***Список використаних джерел***

1. *Андріанов В.* Конкурентоспособность России в мировой экономике / В. Андріанов // *Економист*. - 1997. - № 10. - С. 34-42.
2. *Белоброва И. Ю.* Инвестиции и сфера инновационной деятельности предприятий / И. Ю. Белоброва, Б. И. Кривоберец // *Вісн. Донец. ун-ту*. - 1999. - № 3. - С. 59-64. - (Серія В. Економіка і право).
3. *Вороновська М. М.* Система мотивів та стимулів інноваційної діяльності машинобудівного підприємства / М. М. Вороновська // *Вісн. Нац. ун-ту "Львівська політехніка"*. - 2010. - № 682 "Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку". - С. 36-40.
4. *Глисын Ф. Ф.* Инновационная деятельность промышленных предприятий России в IV квартале 1998 года / Ф. Ф. Глисын // *Инновации*. - 1999. - № 1-2. - С. 21-26.

5. *Иванов В. В.* Инновации в плановой и рыночной экономике - методологический аспект / В. В. Иванов // *Инновации*. 1999. - № 1-2. - С. 50-54.

6. *Карпенко В. Л.* Методологічні підходи до формування механізму активізації інноваційної діяльності підприємств / В. Л. Карпенко, М. А. Йохна // *Наук. пр. Донец. Нац. техн. ун-ту*. - Донецьк : ДонНТУ, 2005. - С. 160-165. - (Серія: економічна; Вип. 89-2).