

ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОВЕДІНКИ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ДЕФІЦИТУ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ

Стаття присвячена питанням формування інноваційної поведінки підприємств в умовах обмеженості фінансового забезпечення та інших економічних потрясінь. Розглянуто концептуальні підходи до мотивації інноваційної діяльності та показники її продуктивності. Запропоновано шляхи залучення фінансових ресурсів.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: інновації, інноваційна поведінка, інноваційна позиція, інноваційна стратегія, криза, продуктивність інноваційної діяльності.

Статья посвящена вопросам формирования инновационного поведения предприятий в условиях ограниченности финансового обеспечения и других экономических потрясений. Рассмотрены концептуальные подходы к мотивации инновационной деятельности и показатели ее продуктивности. Предложены пути привлечения финансовых ресурсов.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: инновации, инновационное поведение, инновационная позиция, инновационная стратегия, кризис, продуктивность инновационной деятельности.

The article is devoted the questions of forming of innovative conduct of enterprises in the conditions of narrow-mindedness of the financial providing and other economic shocks. The conceptual going near motivation of innovative activity and indexes of the productivity of innovative activity is considered. The ways of bringing in of financial resources are offered.

KEYWORDS: innovations, innovative conduct, innovative position, innovative strategy, crisis, productivity of innovative activity.

Постановка проблеми. Інноваційний тип підприємництва передбачає не тільки наявність інформаційних і фінансових ресурсів. Не менш важливим завданням є формування інноваційної поведінки підприємства. Будь-яке підприємство незалежно від галузевого спрямування застосовує в своїй діяльності процеси автоматизації, механізації, модернізації, що за своїми характеристиками спрямовані на формування особливої поведінкової конституції суб'єкта підприємництва.

Сценарій інноваційної поведінки підприємства закладається на етапі формування стратегії. Звідси формується залежність від управлінських рішень щодо типу обладнання, рівня технології, вимог до кваліфікації кадрів тощо. Результативністю такої поведінки може виступати конкурентні позиції на ринку та рентабельність виробництва. Як зазначає Р.А. Фатхутдінов, стратегії взагалі та інноваційні зокрема спрямовані на розвиток і використання потенціалу організації та розглядаються як реакція на зміну зовнішнього середовища [7, с. 11]. Тому різноманіття інноваційних стратегій обумовлюється складом компонентів внутрішнього середовища підприємства.

З позицій розширеного відтворення виробництва інноваційно-інвестиційна діяльність підприємства має бути націлена на заміну застарілих засобів праці, удосконалення методів організації та управління бізнес-процесами з метою консолідації підвищеної норми прибутку та забезпечення сталого розвитку підприємства. При цьому результативність зазначених заходів напряму залежить від поведінкових аспектів колективу.

Аналіз останніх досліджень. Теоретико-методичні та прикладні аспекти інноваційної поведінки підприємства в контексті стратегічного планування неодноразово піднімалися в працях вітчизняних і зарубіжних науковців. Методології інноваційної стратегії присвячені роботи класиків економічної науки Р. Нельсона [5], С. Уинтера [5], Р. Фатхутдінова [7], Х. Фрімена [12], Й. Шумпетера [8]. Поведінкові аспекти підприємців та мотивація інноваційної діяльності розглядаються у працях Дж. Бейна [10], Д. Ерроу [9], В. Исламутдінова [4]. Фінансове забезпечення інноваційної діяльності аналізуються у працях І. Булкіна [1], Є. Ткача [6] та ін.

Разом з тим в умовах посилення ризиків у світовій економіці, незадовільного стану державних і корпоративних фінансів особливої актуальності набуває питання мотивації та стимулювання інноваційної діяльності, яке ще не є до кінця дослідженим, а отже потребує пошуку нових теоретичних і методичних підходів.

Мета дослідження. Метою дослідження є виявлення мотиваційних факторів і стимулів, які виступають рушійною складовою інноваційного процесу на підприємстві в умовах обмеженості фінансування і формують інноваційну поведінку працівників.

Виклад результатів дослідження. Широко відома типізація інноваційної стратегії підприємництва, запропонована Х. Фріменом [12, с. 56—89]: наступальна, захисна, імітаційна, залежна, традиційна, «за нагодою». Наступальний (агресивний) тип стратегії базується на засадах «підприємницької конкуренції» і передбачає постійну розроб-

ку нової продукції у відповідності з світовими досягненнями. До такої стратегії вдаються одиничні компанії, що мають відповідну ресурсну базу. В умовах обмеженості фінансування додатковим джерелом можуть виступати міжнародні гранти та участь приватного капіталу. Останній варіант супроводжується ризиком переходу прав власності у більш потужнішу у фінансовому відношенні компанію.

В основу захисної (оборонної стратегії) покладено концепцію утримання набутих позицій на ринку. При цьому нерідко відбувається поєднання зусиль з конкурентами. Оскільки дана стратегія багато в чому дублює наступальну, то і тип поведінки підприємства в умовах обмеженості фінансових ресурсів схожий. Варто також зосередитись на залученні грантів і технічної допомоги.

Імітаційна стратегія дає можливість підприємству зекономити на розробках нових видів продукції та технології. Разом з тим у даному випадку необхідно забезпечити ефект масштабу, тому без значної фінансової підтримки не обійтись. Часто у випадках створення виробництв на основі придбаних ліцензій держава зацікавлена у створенні нових робочих місць на заміщенні імпорту. Тому одним із основних фінансових джерел виступають бюджетні асигнування.

Залежну, традиційну стратегії та стратегії «за нагодою» ми відносимо до пасивних і залишаємо поза увагою, оскільки такі підприємства вдаються до інноваційної діяльності епізодично.

Кожна із зазначених вище стратегій формується під дією факторів зовнішнього та внутрішнього середовища. При цьому перед нами стоїть завдання виявити характеристики інноваційної поведінки підприємств і проаналізувати чинники, що стимулюють їх формування та здійснюють безпосередній вплив.

Дж. Бейн у рамках своєї парадигми економіки та організації ринків вважає, що найсильніші стимули до інноваційної діяльності виникають в умовах досконалої конкуренції під впливом інтенсивного суперництва між безліччю ринкових гравців [10, с. 34].

Д. Ерроу розробив порівняльні моделі результатів інноваційної діяльності за умов монополії та конкуренції [9, с. 126]. На його думку, монополіст отримає менший вигравш від інноваційної діяльності, ніж підприємство-інноватор, що працює на конкурентному ринку, оскільки монополіст у ситуації до впровадження інновацій і так отримує надприбуток, а після впровадження інновації замінює лише вид прибуткової діяльності. Цей висновок дістав назву ефекту заміщення та пояснює мотиваційні аспекти інноваційної діяльності з позицій монополій та учасників конкурентних відносин.

На противагу зазначеним вище поглядам, Й. Шумпетер у своїх працях відмічав значну роль великих фірм і монопольної

ринкової структури в інноваційній діяльності. До їх переваг науковець відносив: ефект масштабу витрат на НДДКР і управління, значні потенційні можливості щодо розподілу ризиків інноваційної діяльності, переваги у сфері фінансування інновацій [8, с. 245].

Вимагають уваги та детального осмислення моделі, розроблені Р.Р. Нельсоном и С. Дж. Уинтером [5, с. 348]. До переваг цих моделей слід віднести альтернативний підхід у виборі альтернативних стратегій. Також ці моделі показують наявність невірноваженого ринку на протязі майже всього часу його розвитку та вплив на інноваційну поведінку таких важливих показників, як рівень банківської ставки, легкість імітації нововведень, темпи науково-технічного прогресу у галузі.

Дж. Ковін та Д. Слевін головною складовою своєї концептуальної моделі підприємництва вважають підприємницьку позицію, яку визначають три параметри [11, с. 7—25]:

1) прийняття ризику — готовність прийняти підприємницькі та господарські ризики, що проявляється у пріоритетності дуже ризикованих проектів та акцій із значними шансами на високий прибуток у порівнянні з менш ризикованими проектами з невеликими, але гарантованими надходженнями;

2) превентивна активність — готовність до ініціювання акцій і проектів, на котрі повинні зреагувати конкуренти. Підприємець намагається першим, випереджаючи конкурентів, впровадити нові продукти, технології, послуги, організаційні форми тощо. При цьому висувається лозунг: інновація, а не імітація;

3) інноваційність — готовність широко проводити наукові дослідження, розробки та інновації, при цьому невдачі сприймаються як ризик, який неможливо уникнути, а інноваційний успіх — як винагорода.

Зазначена вище підприємницька позиція не є статичною. На неї здійснюють вплив: зовнішні фактори (стан, швидкість розвитку та життєвий цикл технологій) внутрішньофірмові позиції (організаційна структура, корпоративна культура, наявність фінансових, інтелектуальних і трудових ресурсів); особистість, лінія поведінки, мотивація, цілеспрямованість і стратегія підприємця.

М. Фрезе, М. Гельдерен та М. Омбах до поняття особистої ініціативи відносять наступні характеристики [14, с. 57]: відповідність проблемному полю підприємства; наявність довгострокової перспективи; спрямованість на конкретні цілі та дії; стриманість і стійкість, не зважаючи на перепони та невдачі; ініціативність і превентивна активність.

При цьому дана група авторів з метою дослідження процесу реалізації стратегії на індивідуальному рівні, виділяє наступні види стратегій [14, с. 63]:

1) реактивна стратегія — здійснюється спеціальне планування як реакція на ситуацію, що виникла;

2) стратегія тотального планування — систематично та повністю планується та контролюється структуровані та організовані дії згідно з узгодженими за ієрхічними рівнями цілями;

3) опортуністична стратегія планування — здійснюється звичайним чином, систематично здійснюється пошук шансів, допускаються відхилення від запланованого, не допускається залежність від ситуації;

4) стратегія критичних точок — вирішуються найважливіші та найскладніші питання, а потім планується досягнення інших цілей (планування головних результатів).

У ході дослідження інноваційної поведінки німецькі науковці Х. Гемюнден і Е. Конрад виділяють рольові моделі так званих промоутерів [2]. Під промоутерами розуміються особи, котрі активно та інтенсивно стимулюють інноваційний процес, на основі чого проявляються їх професійні, власні та процесні здатності до усунення специфічних барерів. Переваги промоутерівської моделі полягають у тому, що вона, будучи універсальною, об'єднує важливі компоненти: сукупність компетенцій, особливі здатності, мотиваційні структури та специфічний спосіб дій.

Таким чином, у ході інноваційної діяльності підприємства формується особливий інноваційний тип поведінки, на якому і базується інноваційна підприємницька позиція (рис. 1).

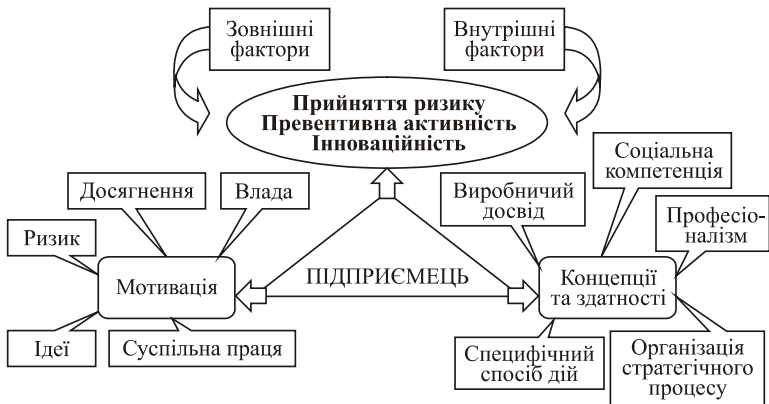


Рис. 1. Інноваційна підприємницька позиція

Розроблено автором

Ми вважаємо, що інноваційна позиція є системою поведінкових і прикладних аспектів діяльності підприємства, що відзеркалюють, з одного боку, вплив дії факторів зовнішнього середовища, а з іншого, є зворотною реакцією підприємства на них, яка проявляється через сукупність керованих бізнес-процесів, метою яких є досягнення інноваційної ідеї шляхом суспільної праці в умовах невизначеності та враховуючи мотиваційні аспекти.

Зазначена вище підприємницька позиція не є статичною. На неї здійснюють вплив: зовнішні фактори (стан, швидкість розвитку та життєвий цикл технологій) внутрішньофірмові позиції (організаційна структура, корпоративна культура, наявність фінансових, інтелектуальних і трудових ресурсів); особистість, лінія поведінки, мотивація, цілеспрямованість і стратегія підприємця.

Передумовою успішної реалізації інноваційної стратегії виступають рівень розвитку наукових досліджень, виробничої, маркетингової та інвестиційної діяльності. Найважливішими факторами ефективності інноваційної стратегії є [7, с. 345]:

- накопичений досвід і потенціал, диференційовані специфічні компетенції, котрі визначають напрями та масштаби можливих і потенційно ефективних нововведень;

- гнучкі організаційні форми, що дозволяють поєднувати децентралізацію управління, необхідну для ефективного освоєння нововведень і централізацію, необхідну для застосування колективних технологій і постійного перегляду організації та функцій відповідних підрозділів;

- процеси навчання, що забезпечують накопичення специфічних компетенцій у результаті досвіду, аналізу зовнішніх факторів і явищ, асиміляції нових технологій, методів виробництва та управління;

- методи розміщення ресурсів, що відповідають потребам прибуткових капітальних вкладень.

Вибір підприємством конкретної інноваційної стратегії визначається накопиченим досвідом виробничої та інвестиційної діяльності, наявністю інноваційних проєктів, професіоналізмом керівництва, каналами збуту тощо

В. Ісламутдінов використовує поняття ентропійні характеристики інноваційної діяльності та вводить дифініцію «ентропія економічного агента», під якою розуміє об'єктивне зменшення впорядкованості (тобто відповідності структури, технології організації її цілям) у системі економічної організації, що управляється, під впливом необоротності процесів у часі та невизначеності майбутнього [4].

Для оцінки рівня ентропії економічного агента автор пропонує використовувати інтегральний показник, що враховує рентабельність продаж та частку ринку, оскільки саме ці показники першими реагують на економічні потрясіння.

$$S = (1 - P) \times (1 - D), \quad (1)$$

де P — рентабельність продаж, у частках;

D — частка ринку, яку займає організація.

Критичним рівнем ентропії вважається такий рівень показника, який не забезпечує простого відтворення виробництва ($S = 1$) і призводить до банкрутства. Під «ентропійним ефектом інновацій» автор розуміє сукупний результативний вплив усіх факторів ефективності інноваційного проекту на рівень ентропії економічного агента. Прийняття рішення про впровадження інновацій здійснюється на основі очікуваного ентропійного ефекту. Результатом реалізації інноваційного проекту може бути зниження рівня ентропії економічного агента, що проявляється через отримання додаткового прибутку, збільшення частки ринку або зростання рентабельності продаж.

Попри простоту та доступність для розуміння даної моделі, на нашу думку, варто ввести поправку на реакцію макроекономічної системи на відповідні потрясіння. Оскільки економічна система — це єдине ціле з взаємоповязаними елементами, то реакцію підприємства (економічного агента) слід співставляти з реакцією системи в цілому. При цьому до уваги слід приймати такі макроекономічні показники, як темп росту ВВП, галузеві показники, інфляцію, заходи державної підтримки тощо.

Якщо розглянути результати інноваційної діяльності вітчизняних підприємств у світлі потрясінь, якою можна вважати кризові явища в економіці, то можна відмітити погіршення окремих показників продуктивності інноваційної діяльності саме на зламі 2008 та 2009 рр. (табл. 1).

Проте і до початку чергової світової кризи інноваційна активність українських підприємств була вкрай низькою. Починаючи з 2001 р. відбувається скорочення кількості промислових підприємств, що впроваджували інновації. Так, за період 2001—2010 рр. цей показник знизився з 14,3 % до 11,5 % [1, с. 27].

Згідно з європейською системою оцінки інновацій Україна посідає відносно сильні позиції за показниками рівня освіти, продажу нової для фірм продукції, витрат на інформаційно-комунікаційні технології у ВВП. Проте за рядом інших показників спостерігається значне відставання (табл. 1).

Таблиця 1.

ПРОДУКТИВНІСТЬ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ [3, с. 11]

Показник	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Патенти в ЄПО на 1 млн населення	0,02	0,06	0,08	0,06	0,11	0,11
Торговельні марки Співтовариства на 1 млн населення	0,02	0,11	0,24	0,3	0,2	0,24
Технологічні потоки в платіжному балансі (% від ВВП)	-	-	0,12	0,14	0,16	0,13
Зайнятість у наукоємному виробництві з середнім і високим рівнем технологій (% від робочої сили)	4,78	4,61	4,73	4,81	4,56	4,31
Експорт з середнім і високим рівнем технологій (% від обсягів експорту)	14,37	13,33	14,20	15,32	15,21	14,93
Державні витрати на науково-дослідницькі роботи (% ВВП)	0,42	0,39	0,37	0,39	0,41	0,43

Обсяги фінансування науково-дослідних робіт, інновацій, а також зайнятість у високотехнологічному секторі виробництва становить в середньому 50—70 % від аналогічних середньоєвропейських показників. Загальний обсяг видатків на наукові дослідження й розробки як частка ВВП (наукоємність ВВП) протягом 2000—2009 рр. в Україні зменшився з 1,16 % до 0,95 % (у тому числі з держбюджету — до 0,41 %). Водночас у ЄС показник наукоємності ВВП у середньому складає 1,9 %, у Фінляндії й Швеції — 3,7 %, США та Німеччині — 2,7 %.

Повертаючись до питань фінансування в умовах невизначеності та кризових явищ, слід зазначити, що світовий досвід напрацював підходи, пов'язані із втручання держави у цей процес. Основними складовими державної підтримки є [6, с. 126]: субсидування процентних ставок за позиками підприємств, що впроваджують інновації; виключення з бази оподаткування кредитних організацій прибутку від кредитів, наданих таким підприємствам; створення системи гарантійних фондів із використанням коштів державного та місцевих бюджетів з метою забезпечення кредитів для підпри-

емств, що впроваджують інновації; запровадження системи кредитування (рефінансування) банків для надання позичок інноваційним підприємствам; зменшення відрахувань у фонд обов'язкових резервів для банків, у кредитному портфелі яких кредити підприємствам, що впроваджують інновації, перевищують 50 %.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Потребує активізація робота з отримання грантів на науково-технічні дослідження та впровадження розробок. За останні 15 років через неполідовність державної політики щодо підтримки наукової та науково-технічної сфери та активну діяльність деяких фондів, організацій та програм (зокрема, Фонд Дж. Сороса, Український науково-технологічний центр, п'ята та шоста рамкові програми тощо) відбулася зміна напряму фінансової підтримки на користь інших країн.

Таким чином, потенційні інноваційно-активні підприємства залишаються наодинці зі своїми негараздами. В умовах дефіциту фінансування активізації потребує інноваційна поведінка підприємств шляхом аналізу та коригування інноваційної позиції.

Необхідний пошук нових механізмів залучення коштів і науково-технічного співробітництва з метою реалізації інноваційних стратегій перебудови національної економіки країни в цілому та кожного підприємства зокрема.

Література

1. Булкін І. Аналіз державної інноваційної політики в Україні щодо фінансування інноваційних проектів / І. Булкін // Витримки з аналітичної роботи Проекту «Ключові особливості інноваційної політики як основи для розробки заходів з посилення інновацій, що сприятимуть наближенню України до конкурентної економіки знань — порівняння ЕС та України»/ Ред. Г. Румпф, Д. Строгілопулос, І. Єгоров. — К.: Фенікс, 2011. — 100 с. — С. 27—31.

2. Гемюнден Х. Г., Конрад Э. Д. Поведение предпринимателя при создании нового предприятия как важный фактор успеха / Х. Г. Гемюнден, Э. Д. Конрад // [Электронный ресурс] — Режим доступа: http://vasilieva.narod.ru/ptpu/20_3_01.htm

3. Інновації в Україні: пропозиції до політичних заходів (вересень 2011 р.) / Проект ЄС «Вдосконалення стратегій, політики та регулювання інновацій в Україні». — К.: Фенікс, 2011. — 75 с.

4. Исламутдинов В. Ф. Энтропийное моделирование поведения фирм / В.Ф. Исламутдинов // [Электронный ресурс] — Режим доступа: http://www.confcontact.com/20110531/ek11_islam.htm

5. Нельсон, Ричард Р. Эволюционная теория экономических изменений / Нельсон, Ричард Р., Уинтер, Сидней Дж.; пер. с англ. — М.: Дело, 2002. — 536 с.

6. *Ткач Є. В.* Світовий досвід державної підтримки банківського кредитування розвитку малого бізнесу на інноваційній основі / Ткач Є. В. // *Зовнішня торгівля: право та економіка.* — 2006. — № 5(28). — С. 126.

7. *Фатхутдинов Р. А.* Инновационный менеджмент / Р.А. Фатхутдинов: учебник для вузов, 2-е изд. — М.: Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2000. — 624 с.

8. *Шумпетер Й. А.* Капитализм, социализм и демократия / Й. А. Шумпетер. — Пер. с англ.; Предисл. и общ. ред. В. С. Автономова. — М.: Экономика, 1995. — 435 с.

9. *Arrow K. J.* Economic welfare and the allocation of resources for invention / K. J. Arrow // *The Rate and Direction of Inventory Activity.* National Bureau of Economic Research Conference Report. — Princeton, N.J.: Princeton University Press, 1962. — 705 p.

10. *Bain J. S.* Barriers to New Competition / J.S. Bain. — Cambridge, MA: Harvard University Press, 1956. — 667 p.

11. *Covin J. G., Slevin D. P.* A Conceptual Model of Entrepreneurship as Firm Behaviour / J. G. Covin, D. P. Slevin // *Entrepreneurship Theory and Practice.* — Baylor, Waco. — 1991. — 16(1). — P. 7—25.

12. *Freeman C.* The Economics of industrial innovation / C. Freeman. — The MIT Press, 1982. — 470 p.

13. *Frese M. et al.* Personal Initiative at Work: Differences between East and West Germany // M. Frese / *Academy of Management Journal.* — 1996. — 39(1). — P. 37—63.

14. *Frese M., Gelderen M. van, Ombach M.* / M. Frese, M. Gelderen, M. Ombach // *How to Plan as a Small Scale Business Owner: Psychological Process Characteristics of Action Strategies and Success/Aktie Strategieren 8.* — University of Amsterdam. — 1997. — 140 c.

УДК 338.242.2

В. П. Петренко д-р екон. наук, професор,
завідувач кафедри менеджменту і адміністрування,
С. Я. Кісь канд. екон. наук, доцент кафедри економічної теорії,
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу,
Г. Р. Кісь канд. екон. наук, доцент кафедри економічної теорії,
ВПНЗ «Галицька академія»,

КОМПЛЕКСНЕ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ДІЯЛЬНОСТІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ НА ОСНОВІ ГРАФОАНАЛІТИЧНОГО МОДЕЛЮВАННЯ

Розроблено підхід до управління якістю діяльності соціально-економічних систем різного рівня. З використанням трикритеріальної графоаналітичної моделі запропоновано проводити оцінку якості діяльності організаційних утворень та за її результатами приймати адекватні управлінські рішення.