

РОЗКРИТТЯ ЗМІСТУ ПОНЯТТЯ “ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ” ТА ВИЗНАЧЕННЯ ЙОГО СКЛАДОВИХ

© Дзюбіна А. В., 2008

Виконано огляд сучасних наукових підходів щодо тлумачення поняття “інноваційний потенціал” та його складових. На основі виявленої проблеми відсутності єдності поглядів у розумінні цієї категорії запропоновано власне узагальнене визначення. Ураховуючи компонентність інноваційного потенціалу, виявлено його складові та розкрито їхній зміст.

Ключові слова: інноваційний потенціал, складові інноваційного потенціалу, інноваційна діяльність.

In the article the review of modern scientific approaches is conducted in relation to interpretation of concept “innovative potential” and his constituents. On the basis of the discovered problem of absence of unity of looks in understanding of this category determination is actually generalized. Taking into account of components of innovative potential, it is found out its constituents and their maintenance is exposed.

Keywords: innovative potential, constituents of innovative potential, innovative activity.

Постановка проблеми

Сучасна багатоваріантність визначення поняття “інноваційний потенціал” унеможлиблює узагальнене трактування цієї категорії. Суперечність щодо тлумачення зазначеного терміна інноваційної теорії породжується відсутністю єдності поглядів на розкриття його змісту. Це зумовлює актуальність узагальнення дефініції поняття “інноваційний потенціал” та визначення його складових.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Дослідження проблем інноваційної теорії, зокрема визначення поняття “інноваційний потенціал” відображено у наукових працях вітчизняних та зарубіжних вчених, І. Балабанова, Г. Гольдштейна, В. Громеки, С. Вовканича, М. Данько, М. Долішнього, В. Калишенко, Л. Колосова, О. Кузьміна, Л. Мартюшевої, А. Ніколаєва, Е. Пенроуз, М. Портера, А. Перлакі, А. Пригожина, А. Савченка, А. Савчука, В. Семиноженка, К. Фрімена, та інших. Однак досі немає єдності у поглядах сучасних авторів щодо тлумачення поняття “інноваційний потенціал”.

Постановка цілей

Багатоваріантність тлумачень поняття “інноваційний потенціал” та його складових зумовлює необхідність постановки таких цілей цього дослідження:

- здійснити огляд сучасних напрацювань вчених щодо тлумачення поняття “інноваційний потенціал” та його складових;
- узагальнивши основні позиції відповідних праць, дати власне визначення зазначеному поняттю;
- виявити складові інноваційного потенціалу та розкрити їхній зміст, з’ясувавши їхню важливість для інноваційного розвитку підприємства.

Виклад основного матеріалу

Поняття інноваційного потенціалу, що забезпечує розвиток системи за рахунок нововведень, вперше було введено в економічну науку К. Фріменом.

Найчастіше інноваційний потенціал ототожнюють з сукупністю різних видів ресурсів, необхідних для інноваційної діяльності підприємства.

На думку І. Балабанова, інноваційний потенціал утворюють матеріальні, фінансові, інформаційні, науково-технічні ресурси, що застосовуються в інноваційній діяльності підприємства [1].

Конкретніше до зазначеного питання підійшов А.В. Савчук, який пропонує під інноваційним потенціалом підприємства розуміти “сукупність усіх його ресурсів, які можуть бути задіяними у процесі здійснення інноваційної діяльності” [2].

Українські дослідники Л. Мартюшева і В. Калишенко відзначають, що комплексною характеристикою спроможності до інноваційного розвитку є інноваційний потенціал, який вони пропонують визначати як “сукупність організованих в певних соціально-економічних формах ресурсів, що можуть при певних діючих внутрішніх і зовнішніх чинниках інноваційного середовища бути спрямованими на реалізацію інноваційної діяльності з метою задоволення потреб суспільства” [3, с. 63].

Деякі дослідники ототожнюють інноваційний потенціал з науково-технічним, розуміючи під цим поняттям “накопичену певну кількість інформації про результати науково-технічних робіт, винаходів, проектно-конструкторських розробок, зразків нової техніки і продукції” [4, с. 29].

На нашу думку, ототожнення понять “інноваційний потенціал” і “науково-технічний потенціал” є помилковим. Безперечно, це споріднені поняття. Проте між ними є і істотні відмінності, головна з яких полягає в тому, що, на відміну від науково-технічного, інноваційний потенціал включає не тільки здатність створювати науково-технічні нововведення, але і успішно упроваджувати і застосовувати їх у виробництві і реалізації товарів і послуг. Отже, науково-технічний потенціал є хоч і дуже важливою, але лише однією зі складових інноваційного потенціалу.

“Інноваційний потенціал містить невикористані, приховані можливості накопичених ресурсів, які можуть бути приведені в дію для досягнення цілей економічних суб’єктів”, – зазначає Д. Кокурін [5, с. 111]. Ми вважаємо, що у такому разі відсутня чітка конкретизація цього поняття.

Як сукупну здатність науково-практичних знань і практичного досвіду, які є в розпорядженні суспільства на сучасному етапі його розвитку, розуміє інноваційний потенціал І.О. Джаїн [6].

Важко не погодитися з тим, що інноваційний потенціал є сукупністю необхідних ресурсів для інноваційної діяльності, і, власне, спроможністю до впровадження інновацій.

Тому, на нашу думку, під інноваційним потенціалом підприємства треба розуміти спроможність до інноваційного розвитку підприємства з використанням усіх необхідних для цього ресурсів, що є в його розпорядженні.

Для повнішого розкриття суті поняття “інноваційний потенціал” звернемося до різних сучасних підходів щодо визначення структури цього поняття.

На думку Г.Я. Гольдштейна, основними складовими поняття “інноваційний потенціал” є НДДКР, маркетинг, виробництво, управління [7].

На науково-дослідну, проектно-конструкторську, технологічну, виробничу, комерційну складові поділяє інноваційний потенціал С.Д. Ільєнкова [8].

Своєю чергою, В.І. Громека виділяє наукову, освітню, управлінську, технічну складові інноваційного потенціалу [9].

Є.Н. Сафонов, Г.А. Паламаренко зазначають, що сильним в інноваційному сенсі вважається підприємство, що володіє кваліфікованими науковими кадрами, матеріально-технічним, інформаційно-методичним та організаційним забезпеченням [10, с. 92].

На нашу думку, важко не погодитися з вищенаведеними поглядами щодо складових інноваційного потенціалу, проте їм не вистачає вичерпності.

Враховуючи результати сучасних наукових досліджень, уникаючи дублювання понять, з метою вповні розкрити складові інноваційного потенціалу, виділимо такі: наукова, виробничо-технологічна, маркетингова, кадрова, матеріально-технічна, фінансова, інформаційна (рис. 1).

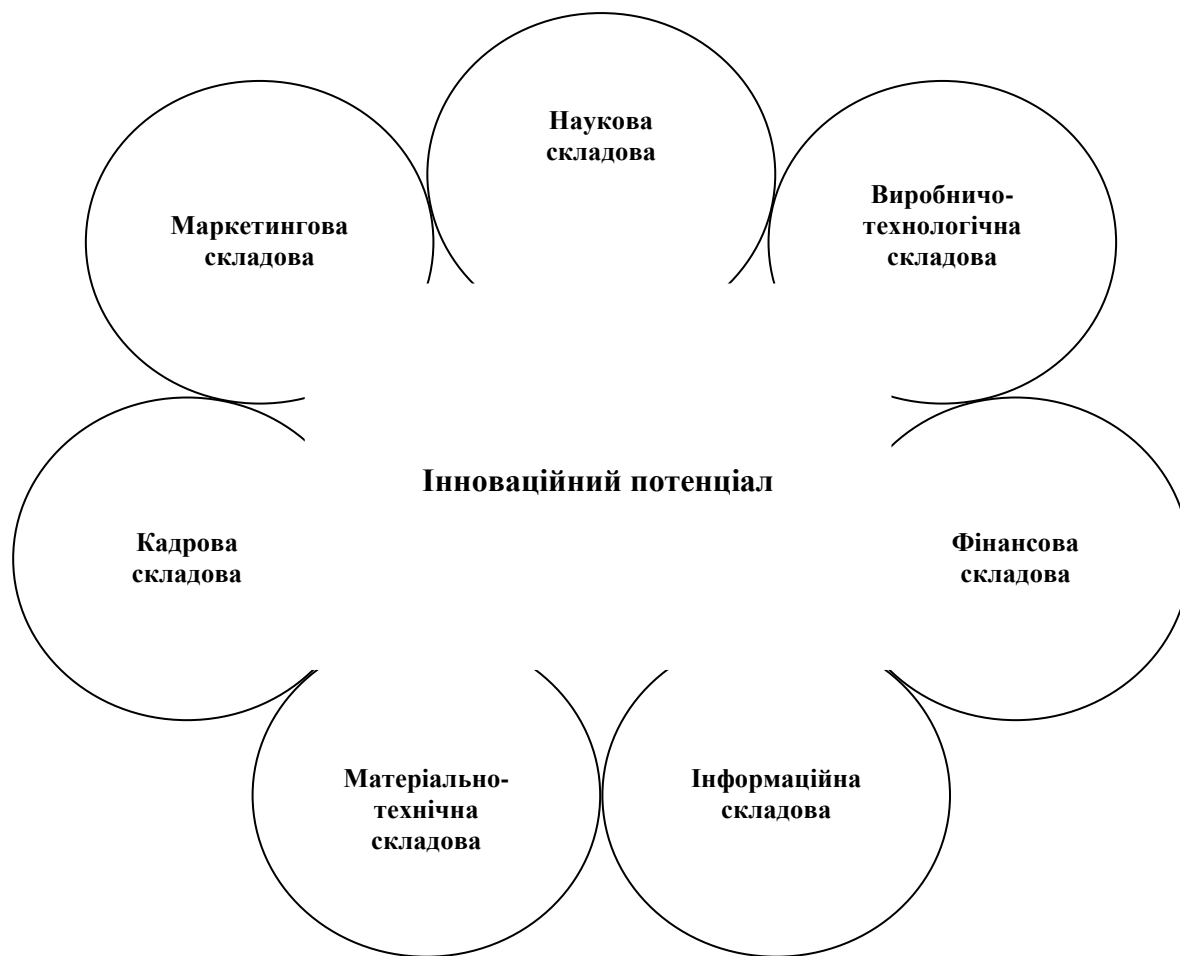


Рис 1. Складові інноваційного потенціалу

Сукупність висококваліфікованих кадрів підприємства, здатних працювати творчо, генерувати нові ідеї і безпосередньо їх впроваджувати формує кадрову складову інноваційного потенціалу. Конкурентні можливості підприємства безпосередньо залежать від якості трудових ресурсів.

Згідно з теорією Е. Пенроуз, власне людські ресурси контролюють межі росту фірми [11, с. 28]. Отже, сучасні підходи до управління персоналом в організаціях орієнтуються на визнання працівників як капіталу, від якого загалом залежить цінність фірми [12, с. 17].

Очевидно, що керівництву підприємства необхідна інформація про достатність кадрового ресурсу для ефективного ведення інноваційної діяльності. Ефективність реалізації певних проектів на підприємстві безпосередньо залежить від управління його кадровим потенціалом. Особливо це стосується наукомістких галузей. Гнучка, мобільна, адаптивна кадрова політика є одним з основних чинників економічного росту.

Через ступінь готовності персоналу організації до реалізації програми її інноваційного розвитку виявляється сутність кадрової складової інноваційного потенціалу підприємства. Зрозуміло, що чим вищий цей ступінь, тим менше фінансових, часових, технічних ресурсів потрібно підприємству для здійснення відповідної програми.

Безсумнівно, кадровий потенціал є найціннішим ресурсом, що визначає конкурентоспроможність організації, її успіх на ринку.

З огляду на вищенаведене можемо стверджувати, що кадрова складова є рушійною силою усього інноваційного потенціалу. Тільки висококваліфіковані кадри, що повинні володіти питаннями теорії управління проектами, комерціалізації розробок і трансферту технологій, теорії і практики правового захисту і використання інтелектуальної власності, можуть забезпечити перетворення науково-технічних розробок на інноваційний товар.

Забезпечення виробництва конкурентоспроможного інноваційного товару значною мірою зумовлюється матеріально-технічною складовою інноваційного потенціалу підприємства.

Матеріально-технічна складова охоплює усі матеріальні-технічні ресурси, необхідні для здійснення ефективної інноваційної діяльності.

На нашу думку, матеріальні ресурси є найважливішим після кадрових фактором ефективності господарювання економічних суб'єктів, що зумовлює дуже важливу їхню роль у формуванні інноваційного потенціалу підприємства.

Ми вважаємо, що виробничо-технологічна складова інноваційного потенціалу – це можливість впровадження у виробництво нових перспективних технологічних процесів в умовах інноваційної діяльності.

Автори [13] під виробничо-технологічним потенціалом розуміють потенційні можливості зі збільшення потужності підприємства внаслідок впровадження найновіших методів організації виробництва та технологій.

Розвиток виробничих процесів визначається технологічним прогресом, який забезпечує постійне оновлення продукції, що випускається. Зростання рівня технологічного прогресу дає змогу знижувати собівартість нового продукту, роблячи його конкурентоспроможнішим.

Зрозуміло, що чим вищий ступінь технологізації підприємства, тим більший його інноваційний потенціал.

Інформаційні потоки, що є основою для прийняття управлінських рішень інноваційного характеру, формують інформаційну складову інноваційного потенціалу.

Сучасне суспільство додає до трьох “класичних” факторів виробництва (праця, земля, капітал) ще й інформацію, підкреслюючи важливість цієї категорії. Очевидно, що володіння інформаційними перевагами значно підвищує конкурентоспроможність підприємства.

В умовах глобалізації, взаємопроникнення економік на базі нових інформаційних технологій і систем міжнародних комунікацій побудова інформаційної економіки, розвиток науки, де інформація є предметом і результатом творчої, високоінтелектуальної праці, – це інтегральний стратегічний напрям освоєння наукомістких економічних систем майбутнього [14].

Налагодження взаємозв'язку між усіма структурними підрозділами організації, формування єдиної інформаційної мережі відбувається за допомогою інформаційних та комунікаційних технологій, за допомогою яких здійснюється обробка інформації та управління інформаційними потоками.

Саме інформація є основою інформаційного потенціалу підприємства. Оптимізація економічного розвитку тісно взаємозв'язана з освоєнням інформації, якість якої та ефективно застосування стають передумовою нових можливостей економічного прогресу. Очевидно, що чим більший ступінь повноти інформаційного наповнення усіх процесів господарської діяльності, тим вища її результативність.

Безсумнівно, що одним із напрямків завоювання ринку є розвиток інформаційної складової інноваційного потенціалу, введення технологій інформатизації.

Базою наукової складової інноваційного потенціалу є досягнутий рівень наукових знань, що дає змогу швидко й ефективно створювати і впроваджувати інновації на підприємстві. Наукові знання стають одним з найважливіших факторів виробництва матеріальних цінностей, розв'язання економічних, соціальних, політичних, військово-стратегічних задач.

Зокрема визнається, що управління знаннями і поділ знань займають центральне місце у так званій новій економіці, що оснований на фундаментально нових організаційних і технологічних умовах [15].

Багато дослідників пов'язують концепцію “нової економіки” з “навчальною економікою”, де можливості мереж, організацій та індивідуумів навчатися, змінюватися і застосовувати знання отримують якісно новий зміст [16].

Ступінь рівня наукової складової інноваційного потенціалу виражається у тому, якої складності завдання наукового характеру спроможне вирішити підприємство, який обсяг його досліджень, наскільки воно може адаптуватися до потреб суспільного попиту.

Отже, формування нових знань з подальшою їхньою матеріалізацією становить основу наукової складової інноваційного потенціалу підприємства.

Фінансову складову інноваційного потенціалу утворює сукупність фінансових ресурсів, що використовуються безпосередньо для ведення інноваційної діяльності.

Ю. Валєєва, Н. Ісаєва розуміють фінансовий потенціал як комплексне поняття, яке характеризується системою показників, що відображають наявність та розміщення коштів, реальні та потенційні фінансові можливості [17].

І. Грошев та Є. Уланова трактують фінансовий потенціал як можливості і спроможність підприємства в перспективі мати достатній рівень фінансових ресурсів [18].

Формування та розвиток інноваційного потенціалу підприємства неможливі без акумулювання та можливості залучення фінансових ресурсів для здійснення інноваційної діяльності.

Основою маркетингової складової інноваційного потенціалу, на нашу думку, є сукупна спроможність маркетингової системи забезпечувати конкурентоспроможність підприємства під час впровадження на ринок інновацій.

На думку Є.В. Попова, маркетинговий потенціал підприємства – це максимальна спроможність підприємства використовувати усі передові напрацювання в області маркетингу [19]. Варто зазначити, що це визначення сформульовано поверхнево, не доволі чітко.

Конкретніше до визначення цього поняття підходять автори [20], розуміючи під маркетинговим потенціалом міру готовності, спроможності підприємства, його маркетингової служби своєчасно та якісно виконувати маркетингові функції, розв'язувати окреслені задачі, а також ступінь відповідності цього стану маркетингової служби тому стану, який необхідний для розв'язання поставлених задач.

Рівень маркетингової складової інноваційного потенціалу підприємства тісно взаємозв'язаний з рівнем маркетингової діяльності на підприємстві, наявністю інформаційної маркетингової системи, ефективною організаційною структурою, підготовкою спеціалістів у сфері маркетингу, ступенем розроблення маркетингового інструментарію і використання його для розв'язання задач, що визначаються генеральною метою функціонування підприємства, рівнем розвитку маркетингових комунікацій та іміджу структурних підрозділів і всього підприємства у сфері взаємодії з суб'єктами ринку.

Маркетингова складова інноваційного потенціалу підприємства визначається силою впливу підприємства на ринок споживачів нового продукту. Тому метою розвитку маркетингової складової інноваційного потенціалу, на нашу думку, є формування ринку потенційних споживачів інноваційного товару, що забезпечить відтворення попиту на товар.

Синергія високих технологій і професійного маркетингу є запорукою створення і просування інноваційних продуктів.

Як правильно зазначає А.І. Ніколаєв: “Між частинами загального потенціалу існують більш складні зв'язки. Але беззаперечно одне: інноваційний потенціал визначає завершальну частину виробничого циклу і його реальні пропускні можливості, що суттєво впливає на кінцевий результат” [21, с. 33].

Висновки

Будучи генератором високої інноваційної активності, інноваційний потенціал стає основою для економічної системи у досягненні вищого рівня розвитку, збільшення творчих здібностей та готовності до інноваційного розвитку.

Це дослідження свідчить про відсутність єдності сучасних підходів у науковому тлумаченні поняття “інноваційний потенціал”.

Враховуючи багатоваріантність трактувань поняття “інноваційний потенціал”, що вносить суперечливість у розуміння цієї категорії, нами було запропоновано власне визначення, що, на нашу думку, найповніше розкриває зміст відповідного поняття.

Перспективи подальших досліджень

Запропонована власна дефініція поняття “інноваційний потенціал” та найповніше розкриття змісту його складових можуть бути використані у подальших дослідженнях, метою яких буде формування єдиного наукового підходу щодо тлумачення зазначеної категорії.

1. Балабанов И.Т. *Инновационный менеджмент*. – СПб: Питер, 2000. – 208 с. 2. Савчук А.В. *Теоретические основы анализа инновационных процессов в промышленности: Монография / НАН Украины. Ин-т экономики пром-сти*. – Донецьк, 2003. – 448 с. 3. Мартюшева Л., Калишенко В. *Инновационный потенциал предприятия как объект экономического исследования // Финансы Украины*. – 2002. – № 10. – С. 61–66. 4. Данько М. *Инновационный потенциал у промисловості України // Економіст*. – 1999. – № 10. – с. 26–32. 5. Кокурин Д.И. *Инновационная деятельность*. – М.: Экзамен, 2001. – 575 с. 6. Джаин И.О. *Оценка трудового потенциала: Монография*. – Сумы: ИТД “Университетская книга”, 2002. – 250 с. 7. Гольдштейн Г.Я. *Инновационный менеджмент: Учебное пособие*. – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 1998. – 132 с. 8. *Инновационный менеджмент: Учебник для вузов / С.Д. Ильенкова, Л.М. Гохбер, С. Ю. Язудин и др.; Под ред. С. Д. Ильенковой*. – М.: Банки и биржи; ЮНИТИ, 1997. – 327 с. 9. Громека В.И. *США: научно-технический потенциал*. – М.: Мысль, 1987. – 152 с. 10. Сафонов Е. Н., Паламаренко Г. А. *Особенности формулирования целей инновационной стратегии предприятия в современных условиях хозяйствования. Проблемы совершенствования управления предприятием в современных условиях. Сборник материалов межрегиональной научно-практической конференции. Ч. 2*. – Пенза, 2000. 11. Penrose E. *The Theory of the Growth of the Firm*. Oxford. — Oxford: Oxford University Press, 1995. 12. *Zasoby ludzkie w firmie: organizacja, kierowanie, ekonomika / J. Gorska, B. Jamka, M. Juchnowicz, K. Makowski i inn.; Pod red. A. Sajkiewicz*. — Warszawa: AW POLTEXT, 1999. 13. Раїзберг Б.А., Костецкий Н.С., Янковский Е.В. *Антикризисное управление – основа оздоровления предприятия // Эксперт*. – № 10. – 2000. 14. Вовканич С., Копистянські Х. *Людський вимір інноваційного потенціалу розвитку: глобальний і регіональний аспекти // Регіональна економіка, № 3. 2001. – С. 25–40*. 15. Lesser, E.L. (2000), *Knowledge and Social Capital, Butterworth-Heinemann, Boston / 16. OECD, 2000, Knowledge Management in the Learning Society, Paris*. 17. Валеева Ю.С., Исаева Н.С. *Диагностика производственно-финансового потенциала промышленного предприятия // Экономический анализ: теория и практика*. – 2007. – № 1(82). 18. Грошев И.В., Уланова Е.М. *Проблемы оценки экономического потенциала предприятия: трудовой потенциал // Вопросы оценки*. – № 1. – 2005. 19. Попов Е.В. *Потенциал маркетинга предприятия // Маркетинг в России и за рубежом*. – № 5. – 1999. 20. Баранчев В., Стрижов С. *Анализ и оценка маркетингового потенциала предприятия // Маркетинг*. – 1996. – № 5. – С.42. 21. Николаев А.И. *Российский инновационный потенциал, инновационное развитие и инновационная культура // Инновационная политика и инновационный бизнес в России // Аналитический вестник Совета Федерации ФС РФ*. – № 15 (146) – 2007.