

## ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА РЕАЛІЗАЦІЮ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

У сьогоднішніх умовах господарювання підприємства вимушені постійно шукати нові шляхи підвищення ефективності своєї діяльності. Визначальним напрямом господарської діяльності стає інноваційна діяльність, метою якої є випуск на ринок нової (або удосконаленої) конкурентоспроможної продукції, що в кінцевому підсумку має підвищувати прибутковість підприємства.

Необхідною умовою здійснення підприємством інноваційної діяльності є наявність певного рівня інноваційного потенціалу. Під *інноваційним потенціалом* розуміємо систему ресурсів, необхідних для здійснення інноваційної діяльності, чинників впливу (зовнішніх та внутрішніх) на можливість їх використання та інноваційних стратегій для створення та/або впровадження і реалізації інновацій, що дозволяє досягти інноваційної (стратегічної) мети підприємства та забезпечити його сталий розвиток у довгостроковій перспективі [1, с. 168].

Систему ресурсів інноваційного потенціалу пропонуємо формувати з врахуванням їх функціональної ролі у господарській діяльності підприємства. Концептуальним є підхід щодо необхідності інноваційності всіх функціональних відділів та всіх рівнів управління [2, с. 79]. Під *інновацією* можливо розуміти будь-яке нестандартне вирішення проблеми, що призводить до підвищення прибутковості підприємства та досягнення його стратегічної мети. Впровадження новації – складне завдання, для вирішення якого необхідно задіяти маркетинговий, виробничий, фінансовий, кадровий та інші підрозділи підприємства. Це означає, що координування цієї роботи значною мірою залежить від ефективного управління підприємством [3].

Під *реалізацією інноваційного потенціалу* розуміємо досягнення певного результату (підвищення прибутковості підприємства). Більшість підприємств-конкурентів мають однаковий набір інноваційних ресурсів, що можуть бути задіяні для досягнення поставленої стратегічної мети. Але наскільки ефективно вони реалізовуватимуться, залежить від зовнішніх і внутрішніх чинників, що впливають на можливість їх використання.

Зовнішні чинники знаходяться поза межами підприємства і залежно від ступеня впливу поділяються на фактори мікросередовища і фактори макросередовища. До факторів мікросередовища відносяться: постачальники ресурсів (матеріальних, трудових, фінансових); споживачі продукції; органи державної влади; податкові органи; суспільні організації; профспілки; конкуренти; посередники. Підприємство і перелічені контрагенти мікросередовища як складової зовнішнього оточення взаємопов'язані і мають взаємний вплив один на одного. До факторів макросередовища відносяться: - економічні (- тип економічного середовища (ринкова економіка, соціально орієнтована економіка, змішана економіка); - стадія циклічного розвитку економіки країни (зростання, стабільність, падіння активності); - рівень інфляції; - система оподаткування; - митні тарифи; - облікова ставка НБУ та банківські ставки; - рівень та динаміка цін); - технологічні (- розвиток науки і техніки; - рівень інноваційного розвитку; - державне регулювання і стимулювання наукових досліджень); - політико-правові (- політична стабільність у суспільстві; - законодавче регулювання господарської діяльності (досконалість законодавчої бази та її стабільність); - антимонопольне регулювання; - законодавча база податкового регулювання; - атмосфера сприяння ринковим перетворенням); - глобальні (міжнародні) (- науково-технічне співробітництво; - легкість налагодження ділових зв'язків з іноземними партнерами); - демографічні (- чисельність, вікова та статевая структура населення; - територіальний поділ); - соціально-культурні (- доходи населення; - рівень освіти; - суспільні цінності, звичаї та традиції); - природно-географічні (природні властивості регіону; - забезпеченість енергією, корисними копалинами та іншими природними ресурсами); - екологічні (- якість ґрунту, повітря, води; - рівень забруднення довкілля). Фактори макросередовища як складової

зовнішнього оточення підприємства опосередковано впливають на його діяльність та можливість реалізації інноваційного потенціалу. При цьому підприємство взагалі не може впливати на фактори макросередовища, але обов'язково має враховувати їх вплив на процеси, що відбуваються всередині нього як відкритої економічної системи.

Всі фактори зовнішнього середовища (фактори мікросередовища і фактори макросередовища) взаємопов'язані і взаємодіють між собою. Чисельність та різноманітність факторів зовнішнього впливу, на які підприємство повинно реагувати, визначають складність його зовнішнього оточення. Для можливості найбільш повною мірою реалізувати свій інноваційний потенціал з метою підвищення прибутковості та досягнення стратегічної мети, підприємство повинно бути спроможним вчасно та ефективно реагувати на зміни зовнішнього середовища та адаптуватися до них.

До внутрішніх факторів впливу на можливість реалізації інноваційного потенціалу підприємства відносяться: - система управління підприємством; - інноваційна культура; - інноваційна активність.

Найсучаснішою та найефективнішою системою управління на сьогодні є стратегічне ринкове управління (управління на основі гнучких термінових рішень), засновником якої вважають І. Ансоффа – видатного американського математика та економіста. В основі цієї системи є те, що рішення приймаються в режимі реального часу, тобто стратегічні рішення приймаються швидко та незалежно від циклу планування (хоча бюджетування, довгострокове планування та стратегічне планування органічно входять до складу стратегічного ринкового управління) [4]. Оскільки інновації використовуються для досягнення стратегічної мети, вирішити завдання впровадження нових рішень можливо, застосовуючи систему стратегічного управління, тобто вміння так організувати процеси всередині підприємства та ззовні, щоб можливо було спрогнозувати попит, забезпечити його конкурентоспроможною продукцією та ефективно розвиватися у довгостроковій перспективі [3]. Якість системи управління, кваліфікація менеджерів всіх рівнів безпосередньо впливають на створення інноваційної культури на підприємстві. Відповідно до чинного в Україні законодавства під інноваційною культурою розуміється складова інноваційного потенціалу, що характеризує рівень освітньої, загальнокультурної і соціально-психологічної підготовки особистості та суспільства в цілому до сприйняття і творчого втілення в життя ідеї розвитку економіки країни на інноваційних засадах [5]. Розуміння і сприйняття працівниками підприємства інноваційного підходу до вирішення стратегічних завдань має вплинути на підвищення їх інноваційної активності. Адаптація в умовах ринку виграє той, хто швидше проводить стратегічні інноваційні зміни.

1. Янковець Т. М. Інноваційні стратегії підприємства легкої промисловості як засіб реалізації його інноваційного потенціалу // *Актуальні проблеми економіки*. – 2010. – № 2 (104). – с. 167-174. 2. Янковець Т. М. Здійснення інноваційної діяльності підприємств легкої промисловості з метою підвищення їх конкурентоспроможності // *Управлінські аспекти підвищення національної конкурентоспроможності / Матеріали III міжнародної Науково-практичної конференції 23-25 жовтня 2009 р.* – Сімферополь: ВіТроПринт, 2009. – 199, [1] с. – с. 77-79. 3. Янковець Т. М. Класифікація інновацій з метою стратегічного управління підприємствами легкої промисловості // *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Збірник наукових праць*. – Київ. – №6, 2009. 4. І. Ансофф. *Стратегическое управление*. – М.: Экономика, 1989. – 303 с. 5. Закон України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» (Відомості Верховної Ради (ВВР), 2003, №13, ст. 93) (із змінами та доповненнями).