

**Крикуненко Дмитро Олександрович,**  
*інженер-проектувальник 1-ої категорії ТОВ «НВП «Системавтоматика»*

## **ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВАХ**

*У статті розглянуто поняття «інновації». Досліджені і проаналізовані сучасні проблеми впровадження результатів інноваційної діяльності. Визначено найважливіші бар'єри і принципи інновацій, які стримують вихід інноваційного продукту на український ринок.*

Ключові слова: інновація, інноваційний процес, принципи інновацій, інноваційні бар'єри.

**Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими завданнями.** Сучасний розвиток економіки характеризується значною конкурентною боротьбою суб'єктів господарювання різних галузей. Такі умови вимагають переходу до нових, більш ефективних методів управління, що, у свою чергу залежать від ряду чинників. Одним із найвагоміших і є інноваційний розвиток. Саме інновації дають змогу підприємствам займати лідируючі позиції на ринку, збільшувати прибуток, вести гідну конкурентну боротьбу.

Динамічний інноваційний шлях розвитку підприємств, успіх і визнання сьогодні, не означають, що завтра буде те саме. Розроблення нових підходів до вивчення інноваційних процесів, запровадження нових принципів інноваційного розвитку, а саме головне, визначення внутрішньо-організаційних бар'єрів, які стримують впровадження інновацій, необхідні передумови розвитку ефективних і сучасних підприємств, економіки нашої держави в цілому.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Аналізуючи сучасні роботи таких вітчизняних і закордонних вчених, як Яковець В.Ю., Харін А.А., Коленський Л.И., Кундеева Г.А., Тубалов В.С., Вініченко І.І., Ілляшенко С.М., Медведкін Т.С., Механік О.В., Космидайло І.В. [15, 14, 6, 13, 1, 7, 8, 9, 5], інновацію розглядають як здатність перетворення науково-технічного прогресу в нові технології та продукти; кінцевий результат діяльності у вигляді конкретних товарів, технологій, процесів; внесення нових елементів, всього, що вперше увійшло до вжитку.

**Об'єктом дослідження** в науковій статті є інновації.

**Предметом дослідження** є інноваційна діяльність підприємств, принципи подолання бар'єрів на шляху впровадження інновацій.

**Метою статті** є дослідження теоретичних положень щодо внутрішньо-організаційних перешкод впровадження інновацій, розроблення принципів подолання даної проблеми.

**Для досягнення зазначеної мети були визначені такі завдання:** проаналізувати класичні та сучасні підходи сутності інновацій, дослідити перешкоди щодо впровадження інновацій на підприємствах, розробити нові принципи подолання бар'єрів на шляху впровадження інноваційного продукту.

Дослідження проблематики здійснювалося за допомогою таких методів: аналіз, синтез, порівняння та узагальнення.

**Основні результати дослідження.** Інноваційний шлях розвитку України передбачає наявність відповідної інфраструктури, освічених та креативних людей, які спроможні виконувати інноваційні розробки. Конкурентоспроможність українських компаній у

майбутньому, знаходиться залежно від наукових досліджень уже сьогодні. Процеси, які відбуваються в українській економіці, створюють додаткові умови для конкурентоспроможності компаній та їх продукції. На даному етапі є недостатнім швидке реагування на ринкові тенденції, що постійно змінюються, проте використання нових технологій, їх упровадження, стратегічна та інноваційна співпраця мають стати основними елементами підґрунтя для побудови ефективної та високотехнологічної економіки.

Для дослідження поставленої проблематики в першу чергу потрібно розглянути тлумачення терміна «інновація».

Термін інновація розглядається як нова науково-організаційна комбінація виробничих факторів, мотивованих підприємницьким духом [2].

У перекладі з англійської мови термін «innovations» означає нововведення [12].

Найвідоміші тлумачні словники «Collins Cobuild English Language dictionary» та «Oxford University Press» визначають інновацію як нову ідею чи метод, що впроваджено для виготовлення будь-чого, що ґрунтується на нових ідеях та технологіях [16, 17].

Сучасні вітчизняні та іноземні економічні словники тлумачать інновацію як:

- впровадження нової техніки технологій, організації виробництва і збуту товарів тощо, що дає змогу отримувати переваги над конкурентами [10];
- втілення нових форм організації праці та управління, що охоплює не тільки окреме підприємство, а й їх сукупність, галузь [11];
- новий підхід до конструювання, виробництва та збуту товарів, унаслідок якого керівник і його підприємство здобувають переваги над конкурентами [4];
- вкладення засобів в економіку, які забезпечать зміну техніки та технології.

Як наукове поняття термін «інновація» уперше був уведений вченим Й. Шумпетером. Він стверджував, що «інновація являє собою історичне явище, що викликає необоротну зміну виробництва товарів. Якщо замість зміни величини факторів ми змінимо функцію виробництва, то матимемо саме інновацію». Й. Шумпетер розглядав інновацію як встановлення нової виробничої функції [18].

Виходячи з проаналізованих робіт вітчизняних та закордонних авторів, сформулюємо власне визначення поняття інновації. Інновація – це форма наукового пізнання, яка поєднує у собі власне прагнення творця до самовираження з бажанням удосконалити зовнішній світ.

Інноваційний процес, як показує досвід, найбільш активно проходить у його початкових етапах. Велика увага в цей період приділяється генеруванню ідей, які в подальшому повинні стати готовим інноваційним продуктом, але фінал більшості інноваційних процесів закінчується нічим.

М.Дж. Епштейн, Р. Шелтон та Т. Давіла, вивчивши досвід провідних компаній світу, дійшли висновку, що в підприємницькій діяльності існують так звані «міфи», тобто неправдиві, однак загальноприйняті судження, які уповільнюють упровадження і розвиток інновацій на підприємствах. У своїй праці вони переконливо довели, що [3]:

1. Інновація не потребує революції всередині компанії.
2. Інновація – це не алхімія з містичними перебудовами.
3. Інновація не зводиться лише до творчості та створення «креативної культури».
4. Інновація не обмежується лише процесами і інструментами системи стадій і підходів.
5. Інновація не зосереджується виключно на нових технологіях.
6. Інновація не є тим, чого кожна компанія потребує найбільшою мірою.

## Розділ 1 Маркетинг інновацій

---

Для того, щоб інновація запрацювала на користь підприємства і стала невід'ємним компонентом його конкурентоспроможності, ті самі дослідники пропонують дотримуватися таких вимог [18]:

1. Керівництво повинне визначити інноваційну стратегію, планувати інноваційні портфелі й заохочувати створення важливої цінності.
2. Необхідно ототожнювати інновацію з діловим менталітетом компанії.
3. Інновація повинна відповідати бізнес-стратегії компанії.
4. Потрібно урівноважити творчість й отримання цінності так, щоб компанія генерувала нові, успішні ідеї і в той же час отримувала прибуток від своїх вкладень.
5. Необхідно нейтралізувати так звані «організаційні антитіла», які вбивають продуктивні ідеї тільки тому, що ті не вписуються в загальноприйняті норми.
6. Варто створювати інновації у вигляді мережі, як всередині компанії, так і за її межами, адже сама мережа, а не окремі особистості, є основним будівельним матеріалом для інновацій.
7. Необхідно корегувати системи параметрів і винагород задля того, щоб управляти інновацією і створити правильну поведінку.

У сучасних умовах макроекономічної нестабільності підприємцям необхідно зрозуміти, що криза економіки може підвищити інноваційну активність їхнього бізнесу. Погіршення стану компанії породжує потужний стимул до інновацій. Незважаючи на те, що прибуток у фазі депресії малий, власники вбачають в інвестиціях в інновації менше ризику, ніж в інвестиціях у стару продукцію і технологію чи боргові зобов'язання.

Сучасні компанії ведуть свою діяльність у надзвичайно складних умовах: зниження попиту на продукцію, високий рівень конкуренції, позики під високі відсоткові ставки. Це означає, що кожне підприємство, яке прагне залишатися стабільним, повинно стати новатором, але про творчу працю персоналу та стимулювання інноваційної діяльності керівники компаній не думають і намагаються врятувати власні прибутки за допомогою зменшення непрямих витрат. Зміни в управлінні на більш авторитарні варіанти стали частиною нових корпоративних бізнес-правил.

Як зазначає професор менеджменту Віджай Говінарджан, проблема полягає в людях, які звикли виконувати свої функції. Кожна організація має ключовий бізнес, який можна назвати рушієм результативності. Основне завдання ключового бізнесу – бути ефективним, повторюваним та передбачуваним [2].

Інновації – це абсолютна протилежність. Вони неповторювані та непередбачувані. У людей, які звикли працювати за правилами, виникає супротив інноваціям.

Для подолання бар'єрів на шляху впровадження інновацій компанії повинні користуватися запропонованими нами принципами:

1. Для роботи з інноваціями повинна бути створена певна група креативних людей. Керівники повинні ретельно підходити до виявлення та подальшого об'єднання креативних особистостей. Саме креативність, здатність до дивергентного мислення, позитивно впливають на продукування та впровадження інноваційних ідей.
2. Мотивування групи. Використання матеріальних та нематеріальних методів мотивації дає змогу підвищити ефективність інноваційного процесу в цілому.
3. Планування роботи дасть змогу чітко визначити цілі й можливість подальшого контролю поставлених завдань.
4. Контроль за виконанням тактичних та стратегічних планів інноваційної політики, використовуючи спеціально розроблені критерії оцінки.

**Висновки та напрямки подальших розробок.** Таким чином, можна зробити висновок, що введення нових корпоративних правил управління, недостатня увага з боку керівників інноваційному розвитку підприємств, економія за рахунок непрямих витрат, не дає розвиватися інноваціям і негативно впливає на стабільність українських компаній у цілому.

У науковій статті було подане визначення та запропоновано нове трактування поняття інновації.

Встановлено, що проблема впровадження інновацій приховується в самих людях, які звикли чітко виконувати свої функції та працювати за правилами. У сучасних умовах українським компаніям необхідно переходити на шлях інноваційного розвитку, генерувати та впроваджувати нові інновації.

Для подолання цих бар'єрів нами були запропоновані якісно нові, сучасні принципи.

Їхнє комплексне використання дозволить компаніям ефективно використовувати та впроваджувати вже розроблені інновації та створювати якісно нові, які відповідатимуть сучасним тенденціям наукового розвитку.

Проведене дослідження не вичерпує повною мірою питання ефективного впровадження інновацій на підприємствах. Подальший науковий пошук може бути пов'язаний із розробленням нових способів подолання бар'єрів, що виникають на шляху виходу інноваційного продукту на ринок, ефективних управлінських рішень, необхідних для реалізації інноваційних проектів.

1. Вінченко І.І. Економічна сутність НТП, інновацій та їх роль у розвитку агропромислового виробництва / І.І. Вінченко // Економіка і держава. – 2007. – № 4. – С. 9.
2. Говінарджан В. Як впровадити інновації на ринку. [Електронний ресурс] / В. Говінарджан. – Режим доступу: <http://www.management.com.ua/interview/int242.html>.
3. Давила Т. Работающая инновация: Как управлять ею, измерять её и извлекать из неё выгоду / М. Дж Эпштейн., Р. Шелтон; пер. с англ. Т.Ф. Козицкой. – Днепропетровск : Баланс Бизнес Букс, 2007. – 320 с.
4. Економічна енциклопедія: в 3 т. / [ред. С.В. Мочерний]. – К. : Вид центр «Академія». – 2002. – 959 с.
5. Космидайло І.В. Інноваційна спрямованість як засіб інноваційного росту / І.В. Космидайло // АПЕ. – 2006. – № 6 (60). – С. 113.
6. Кундеева Г.А. Основные категории теории инновационного развития / Г.А. Кундеева // Прометей. – 2007. – № 3 (24). – С. 116-117.
7. Маркетинг і менеджмент інноваційного розвитку / [ред. С. М. Ілляшенко]. – Суми : Унів. кн., 2006. – 728 с.
8. Медведкін Т.С. Інноваційний розвиток економіки України в контексті глобалізації світового ринку технологій: автореф. дис. канд. екон. наук : спец. 08.05.01 / Т.С. Медведкін. – Донецьк, 2005. – 20 с.
9. Механік О.В. Інновації, історія їх виникнення, суть та значення для підвищення конкурентоспроможності країни / О.В. Механік // Формування ринкових відносин в Україні. – 2005. – № 2 (5,7). – С. 7.
10. Мочерний С.В. Економічний енциклопедичний словник / С.В. Мочерний, Я.С. Ларіна, О.А. Устенко; за ред. С.В. Мочерного. – Львів : Світ, 2005. – 616 с.
11. Сухарський В.С. Економічний словник-довідник / В.С. Сухарський. – Тернопіль : Навчальна книга «Богдан», 2002. – 328 с.
12. Сиротина Т.А. Англо-русский русско-английский современный словарь + грамматика / Т. А. Сиротина. – М. : ЗАО «БАО – ПРЕСС», 2002. – 992 с.
13. Тубалов В.С. Закономерности инновационного развития российских промышленных

## Розділ 1 Маркетинг інновацій

---

предприятий: мезоэкономический анализ : автореф. дис. канд. экон. наук : спец. 08.00.05 / В.С. Тубалов. – М., 2005. – 24 с.

14. Харин А.А. Основы организации инновационных процессов / А.А. Харин, И.Л. Коленский. – М. : Высшая школа, 2003. – С. 34.

15. Яковец Ю.В. Эпохальные инновации XXI века / Ю.В. Яковец // Прометей. – 2006. – №2 (20). – С. 75.

16. Collins Cobuild English Language dictionary. – London, 1987. – P. 1703.

17. Oxford University Press. – Oxford, 1989. – P. 1579.

18. Schumpeter J. Business Cycles / J. Schumpeter. – New York, 1939.

**Д.А. Крикуненко**

### **Проблемы внедрения инноваций на предприятиях**

*В научной статье рассмотрено определение понятия «инновации». Исследованы и проанализированы современные проблемы внедрения результатов инновационной деятельности. Определены важнейшие барьеры и принципы инноваций, сдерживающие выход инновационного продукта на украинский рынок.*

Ключевые слова: инновация, инновационный процесс, принципы инноваций, инновационные барьеры.

**D.O. Krikunenko**

### **The problems of innovation in enterprises**

*This article describes the scientific definition of “innovation”. It is investigated and analyzed current problems of the introduction of the innovation process. It is identified key barriers and the principles of innovation, product innovation output constraints on the Ukrainian market.*

Keywords: innovation, innovation process, principles of innovation, innovation barriers.

**Отримано 08.10.2011 р.**