

ДЕМЧУК А.І.
магістрант, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»
АЛЬКЕМА В.Г.
д.е.н., професор, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»

ФОРМУВАННЯ ТА ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Будь-яка підприємницька діяльність базується на пошуку та задоволенні потреб споживачів у певній продукції чи послугах. Незалежно від того, до якої галузі належить підприємство, яку виготовляє продукцію чи надає послугу, поряд з ним постійно знаходяться суб'єкти господарювання, які займаються аналогічною діяльністю – конкуренти. Тому, для успішного функціонування в умовах жорсткої конкуренції і отримання переваг на ринку слід впроваджувати інновації у різні сфери своєї діяльності. У сучасних умовах формування ефективної інноваційної політики для вітчизняних промислових підприємств набуває важливого значення і стає визначальним чинником у конкурентній боротьбі як на внутрішньому, так і зовнішньому ринках.

Теоретичним основам формування та економічного обґрунтування інноваційної політики підприємства приділяли увагу багато вчених, зокрема, Л. Кадол [1], Г. Лановська [2], Д. Лойко [3], П. Перерва [4], В. Стадник [5], О. Черненко [6] та ін. Аналіз цих публікацій свідчить, що не всі аспекти інноваційної політики підприємства досліджені повною мірою. Особливо це стосується питань формування та економічного обґрунтування, що й зумовило актуальність теми дослідження.

Метою дослідження є поглиблення теоретичних засад і практичних рекомендацій щодо формування та економічного обґрунтування інноваційної політики підприємства.

Інноваційну політику підприємства слід розглядати як форму стратегічного управління, що визначає мету, завдання і умови здійснення інноваційної діяльності, забезпечує зростання й максимальне використання інноваційного потенціалу, спрямовує на впровадження інновацій з метою підвищення ефективності виробництва та отримання конкурентних переваг на тривалу перспективу. Вона є складовою загальної політики підприємства, формується під впливом внутрішніх і зовнішніх факторів й сприяє реалізації обраної стратегії. Формуючи її, слід враховувати особливості галузі, де працює підприємство, оскільки це у значній мірі впливає на вибір стратегії, що обумовлено як рівнем конкурентоспроможності продукції, так і конкурентними позиціями на ринку.

Формування інноваційної політики розглядають як відповідний процес пошуку й об'єднання в єдину систему основних елементів, що відображають підхід до управління інноваційними процесами на підприємстві в руслі здійснення інноваційної діяльності [1].

Дослідження наукових джерел [3; 6] свідчить, що до основних елементів інноваційної політики відносять: маркетингову політику, політику у галузі науково-дослідних і дослідно-конструкторських розробок, політику структурних змін, технічну, інвестиційну та кадрову політики. Ці елементи перебувають у постійній взаємодії і забезпечують виготовлення й реалізацію продукції яка користується попитом на ринку та приносить підприємству конкурентні переваги.

Наукові джерела [2; 5] виділяють наступні етапи формування інноваційної політики підприємства: Визначення мети та цілей діяльності. Аналіз зовнішнього середовища та прогнозування тенденцій його змін. Аналіз внутрішнього середовища та оцінка рівня його інноваційного потенціалу. Визначення загальної стратегії підприємства. Вибір типу інноваційної політики. Визначення напрямів основних елементів інноваційної політики. Реалізація інноваційної політики. Оцінка ефективності інноваційної політики. Формування інноваційної політики має здійснюватись на основі таких принципів, як: переважання стратегічної спрямованості, орієнтація на потреби ринку, цілеспрямованість, збалансованість, комплексність, планомірність, інформаційна забезпеченість.

Важливого значення під час формування інноваційної політики підприємства відводиться питанню його економічного обґрунтування. Для цього рекомендується використовувати чотири групи показників: Фінансові показники. У межах цієї групи розраховуються прибуток від інновацій, витрати на інновації, рентабельність активів і робочого капіталу та інше.

Показники навчання і зростання персоналу. Тут розраховуються коефіцієнти підвищення кваліфікації, плинності інноваційних кадрів, тривалості навчання, середнього стажу роботи на підприємстві та інше. Показники маркетингової складової. Ця група передбачає визначення кількості споживачів інновацій, частки ринку інновацій, додержання термінів інноваційних проектів, середнього обороту на одного споживача та інше. Показники внутрішніх бізнес-процесів. Розраховуються своєчасність виконання замовлення, підвищення продуктивності, оборотність складських запасів, період беззбитковості, відсоток браку та інше [4]. Сукупність зазначених показників дозволяють здійснювати прогнозування інноваційного розвитку підприємства за умов зміни факторів як внутрішнього, так і зовнішнього середовища, виявляти та мобілізувати внутрішні резерви інноваційної діяльності, вибирати оптимальну стратегію і політику, здійснювати оперативне регулювання для досягнення встановленої мети та цілей.

Отже, проведене дослідження свідчить, що інноваційна політика є складовою загальної політики підприємства, формується під впливом внутрішніх і зовнішніх факторів й сприяє реалізації обраної стратегії. Її розглядають як відповідний процес пошуку й об'єднання в єдину систему основних елементів, що відображають підхід до управління інноваційними процесами на підприємстві в руслі здійснення інноваційної діяльності. У сучасних умовах формування ефективної інноваційної політики підприємства є

одним з ключових чинників його розвитку та отримання конкурентних переваг як на внутрішньому так і зовнішньому ринках.

Список використаних джерел:

1. Кадол Л.В. Принципи формування інноваційної політики підприємства / Л.В. Кадол, Л.М. Кравчук // Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. : Економічні науки. – 2016. – Вип. 17(1). – С. 76-79.
2. Лановська Г.І. Методичні підходи до оцінки інноваційної політики підприємств спиртової промисловості: монографія / Г.І. Лановська. – К.: МВЦ «Медінформ», 2013. – 204 с.
3. Лойко Д.М. Формування інноваційної політики промислового підприємства / Д.М. Лойко, О.В. Кириченко // International scientific journal. – 2015. – № 8. – С. 131-135.
4. Перерва П.Г. Формування інноваційної та інвестиційної політики промислового підприємства на засадах збалансованої системи показників / П.Г. Перерва, Т.О. Кобелева, Н.П. Ткачова // Вісник Національного технічного університету «ХПІ». Серія : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – 2015. – № 59. – С. 96-100.
5. Стадник В.В., Йохна М.А. Інноваційний менеджмент: Навчальний посібник. – К.: Академвидав, 2006. – 464 с.
6. Черненко О.В. Формування ефективної інноваційної політики підприємства / О.В. Черненко, С.Д. Нечитайло // Ефективна економіка. – 2018. – № 7.