А.С. **Богородченко**, асп.

ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ ЯК СПОСІБ ЗБЕРЕЖЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ МАКРОЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

В статті розглянуто інновацію як конкурентну перевагу підприємства в умовах кризи, а персонал – як джерело генерування інноваційних ідей. Крім того, висловлено думку про те, що максимальне використання творчого потенціалу персоналу підприємства є найбільш дієвим способом збереження конкурентоспроможності підприємства в умовах сучасної макроекономічної нестабільності.

In the article innovation is described as a competitive advantage during crisis, and the personnel – as a source, which generates innovative ideas. Also the thought about maximum usage of creative potential of personnel as the most effective method to save enterprise competitiveness in terms of contemporary macroeconomics instability is expressed here.

Глобальна фінансова криза, яка зараз панує у всьому світі, торкнулася різних сфер і секторів економіки. Економіка України також перебуває у кризовому стані і це на собі відчувають як вітчизняні бізнесмени, так і пересічні громадяни.

В сучасній літературі поняття „криза" все частіше використовується для того, щоб підкреслити негативний бік явищ і процесів, що відбуваються. Однак, таке трактування, на наш погляд, є некоректним, адже в перекладі із грецької „криза", в першу чергу, означає „вирішення" проблеми та будь – яку зміну від одного „звичного" і „нормального" стану до іншого – „нового" [11]. Криза або так званий „переломний пункт" має подвійне значення, адже, з одного боку, супроводжується тяжкими соціальними наслідками, а з іншого – якщо правильно скористатися моментом, може надихнути на екстраординарні інновації і дати шанс для стрімкого відновлення і подальшого зростання економіки.

Саме тому метою даної статті є розкриття сутності інновації як конкурентної переваги підприємства в умовах кризи, а персоналу підприємства як джерела генерування інноваційних ідей.

Вперше поняття „інновація" з'явилося у працях культурологів у XIX ст. і означало введення певних елементів однієї культури в іншу. Австрійський економіст Й.Шумпетер у роботі „Теорія економічного розвитку" (1911 р.) ввів в науковий обіг термін „інновація", а також використав такі категорії як „інноваційний процес", „нові комбінації" та „нововведення". Він розглядав п'ять можливих типів змін у розвитку, це [10]:

1. Використання нової техніки, технологічних процесів або нового ринкового забезпечення виробництва;
2. Впровадження продукції з новими властивостями;
3. Використання нової сировини;
4. Зміни в організації виробництва і його матеріально – технічному забезпеченні;
5. Поява нових ринків збуту.

Й.Шумпетер асоціював інновацію з головним джерелом прибутку і зазначав, що „...прибуток, по суті, є результатом виконання нових комбінацій..." [10].

Визначення Й.Шумпетера не є вичерпним. Варто відзначити, що на сьогоднішній день існує велика кількість сучасних тлумачень терміну „інновація", що свідчить про його багатоаспектність.

Зокрема, П.Друкер вважає, що інновація – це особливий засіб підприємців, за допомогою якого вони досліджують зміни, що мають місце в економіці та суспільстві, з метою використання їх у бізнесі чи в різних сферах обслуговування [4].

Дж. Сорос визначає інновацію як одну з головних переваг вільних ринків, однак зауважує, що на фінансових ринках інновації є причиною нестабільності. Не зважаючи на те, що інновації приносять інтелектуальне задоволення і прибуток новаторам, пріоритетом повинна залишатися стабільність, а саме: запобігання розвитку небажаних тенденцій на ринках [8].

На думку М.Портера інновація дає можливість здобути конкурентні переваги на ринку [6].

Б.Твісс розглядає інновацію як процес передачі науково – технічних знань безпосередньо у сферу потреб споживачів [9].

Вчені Т.Давіла, М.Дж.Епштейн та Р.Шелтон говорять про інновацію як про невід'ємну частину щоденної роботи всіх співробітників компанії, яка додає швидкості підприємству і є життєво необхідним елементом для його розвитку в конкурентному середовищі [3].

В цілому, варто відзначити, що економісти – сучасники розглядають інновацію з різних боків, однак їх об'єднує визнання того, що інновація – це динамічний процес впровадження нових методик, принципів, технологій тощо замість тих, що вже застаріли. Такої точки зору дотримується і автор даної статті, однак існує і інша точка зору, представники якої (Фатхутдінов Р.А., Мединський А.М., Яковлєв А.Є., Плеханов А.В. та ін.) вбачають в інновації лише статичний результат творчої діяльності [1].

На жаль, стан інноваційної діяльності підприємств в Україні є незадовільним. Крім того, такі фактори як нестача власних коштів підприємств, великі витрати на нововведення, високий економічний ризик значно гальмують інноваційну діяльність суб'єктів підприємницької діяльності. Однак, ми вважаємо, що головною причиною, що не дає розвиватися інноваціям на вітчизняних підприємствах, є те, що власне самі підприємці інколи не усвідомлюють значення і майбутні вигоди від впровадження інновацій.

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 розвиток інновацій на підприємствах. В своїй праці вони переконливо довели, що [3]:

1. Інновація не потребує революції в середині компанії;
2. Інновація - це не алхімія з містичними перебудовами;
3. Інновація не зводиться лише до творчості і 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 в найбільшій мірі.

Для того, щоб інновація запрацювала на користь підприємства і стала невід'ємним компонентом його конкурентоспроможності ті ж дослідники пропонують дотримуватися наступних вимог [3]:

1. Керівництво повинно визначати інноваційну стратегію, планувати інноваційні портфелі і заохочувати створення важливої цінності;

2. Необхідно ототожнювати інновацію з діловим менталітетом компанії;

3. Інновація повинна відповідати бізнес – стратегії компанії;

4. Слід 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 в середині компанії так і за її межами, адже саме 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.

В сучасних умовах макроекономічної нестабільності підприємцям насамперед необхідно зрозуміти, що криза економіки може підвищити інноваційну активність їхнього бізнесу. Так вважають дослідники М.Менш і А.Кляйнкнехт і стверджують, що погіршення стану фірми породжує потужний стимул до інновацій. М.Менш пояснює, що кінець процвітання старих галузей збільшує схильність власників капіталу до інвестування у нову продукцію і технологію. Не зважаючи на те, що прибуток у фазі депресії малий, власники бачать в інвестиціях в інновації менше ризику, ніж в інвестиціях у стару продукцію і технологію чи боргові зобов'язання [5, с.27].

Зрозуміло, що сучасні підприємці, виживаючи в надзвичайно складних умовах, коли знижується попит на їхню продукцію, позики надаються під високі відсоткові ставки та інше, змушені шукати нові ринки збуту, нові способи фінансування. Це означає, що кожне підприємство, яке прагне вистояти кризу, повинно стати свого роду новатором.

Крім того, задля збереження власної конкурентоспроможності в несприятливих зовнішньоекономічних умовах функціонування особливо актуальною для підприємств повинна стати стратегія „грати, щоб не програти". Дана стратегія не передбачає використання великої кількості радикальних інновацій і полягає у тому, що компанія уважно стежить за перебігом подій у зовнішньому середовищі і вносить відповідні зміни у власне внутрішнє середовище.

З цього приводу, ми вважаємо доцільним розглянути класифікацію інновацій, яку запропонував Б.Санто. Він розділив інновації за характером суспільних цілей на такі два види [7]:

- Економічні, які орієнтуються на прибуток;
- Економічні, які не орієнтуються на прибуток.

В період спаду виробництва доцільне використання економічних інновацій, які не орієнтовані на прибуток, наприклад, економія електроенергії, води тощо. На жаль, вітчизняні підприємці почали з економії на власних співробітниках (таблиця 1). На наш погляд, такий підхід є вкрай алогічним, адже людські ресурси є одним з найбільш вагомих факторів забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

Українські компанії, скориставшись зростаючим безробіттям, почали вкрай жорстко контролювати власних співробітників. Такі незначні проступки персоналу як вранішні запізнення, затягнуті обіди, переписка або обговорення офісних подій в мережі Інтернет в

один момент стали злісними порушеннями робочого розпорядку в більшості українських офісів. Разом з тим „антикризові" відділи кадрів почали розробку нових ще більш жорстких корпоративних правил для тих, хто встояв у шквалі звільнень. Генеральний директор кадрового агентства HeadHunter Марина Маковій прогнозує, що тим співробітникам, які залишаться в компанії, потрібно буде витримувати подвійне навантаження: за себе і за тих, кого звільнили [2].

Таблиця 1. Безробіття в Україні *

Показник	Фактично за січень – березень 2009 р.	Фактично за січень – березень 2008 р.	Темп зростання березень 2009 р. до березня 2008 р., %
Кількість зареєстрованих безробітних, тис. осіб	879,0	639,6	137,4

*Див.: Держкомстат України [www.ukrstat.gov.ua]

Стає зрозумілим, що ні про яку творчу працю і стимулювання інноваційної активності персоналу українські бізнесмени зараз не думають і намагаються врятувати власні прибутки за рахунок економії на непрямих затратах (безкоштовні чай та кава стали платними, безлімітний Інтернет та мобільний зв'язок стали обмеженими, відмінили гру в футбол та походи в басейн для співробітників по вихідних, дорогі квитки на літак для відряджень замінили більш дешевими квитками на поїзд та інше). Крім того, залякування, постійна перевірка та жорсткий контроль внутрішнього робочого розпорядку стали частиною нових корпоративних правил. А такі офісно – польові умови витримає не кожен.

На наш погляд, за таких обставин, продуктивність персоналу аж ніяк не підвищиться, а, навпаки, може дуже сильно впасти. Адже відчуття постійного тиску та напруження не тільки чинить шкоду психологічному здоров'ю та мотивації працівників, але й руйнує авторитет та довіру до самого менеджменту компанії. Як наслідок, компанія втрачає спроможність швидко і адекватно реагувати на зміни ринку та економічного середовища.

Опитування, в якому взяли участь 103 менеджери та бізнес – лідери, проведене компанією WFD Consulting, виявило, що підвищення напруги та стресів на робочому місці призводить до зниження моралі, мотивації та витривалості співробітників. Вісім із десяти опитаних підтвердили, що робоче навантаження як менеджерів так і підлеглих суттєво підвищилося за останні 12 місяців, призвівши до зростання рівня стресу [12].

Для того, щоб добитись успіху під час кризи, слід максимально використовувати потенціал власних співробітників, а не максимально його пригнічувати і власне скорочувати самих співробітників. Адже люди – це генератори нових ідей, тільки завдяки згуртованим діям менеджменту і рядових співробітників можна знайти нові способи порятунку бізнесу. Для цього управлінцям слід створити сприятливі умови для нормальної роботи персоналу і особливо активно мотивувати їх до інноваційної праці.

Таким чином можна зробити висновок, що перебіг світової економічної кризи, зокрема її прояви в економіці України характеризується масовими звільненнями, економією на непрямих витратах виробництва, введенням жорстких корпоративних правил та інше. Така ситуація у вітчизняному бізнесі не дає розвиватися інноваціям і в цілому згубно впливає на продуктивність праці персоналу та конкурентоспроможність власне самих підприємств. Для

того щоб виправити ситуацію, на наш погляд, необхідно, в першу чергу, сконцентруватися на інноваційних можливостях персоналу як конкурентній перевазі, яка в умовах кризи має особливе значення, а також:

— нормалізувати роботу в організації та знизити напругу серед співробітників за рахунок переходу до старих „докризових" корпоративних правил;

— згуртувати усі підрозділи підприємства навколо ідеї скорочення вузьких місць на виробництві;

— заохочувати новаторські задуми всіх співробітників з приводу вдосконалення будь – яких процесів на підприємстві;

— активно мотивувати персонал до інновацій, однак не за рахунок грошової винагороди, яка, на жаль, в умовах кризи є недоступною для підприємств, а за рахунок визнання, просування та особистих взаємозв'язків менеджерів з рядовими співробітниками.

Література:

1. Барнева А.Ю. Инновация как экономическая категория // Инновации. -2007. - №9(107). – с. 61 – 63.
2. Бироваш М. Работодательский строй: пользуясь растущей безработицей, украинские компании ужесточают контроль над своими сотрудниками // Корреспондент. – 2009. - №10(349). - с. 30 – 33.
3. Давила Т., Эпштейн М.Дж., Шелтон Р. Работающая инновация: Как управлять ею, измерять ее и извлекать из нее выгоду / Пер. с англ.; Под ред. Козицкой Т.Ф. – Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2007. – 320с.
4. Друкер П.Ф. Як забезпечити успіх у бізнесі: новаторство і підприємництво. – К.: Україна, 1994. – 311 с.
5. Інноваційна модель економіки: правові та методологічні засади проведення експертизи інноваційних проектів. Монографія // За заг. ред. Доценка Ю.П. – К.: „МП Леся", 2006. – 196 с.
6. Портер М.Э. Конкуренция / Пер. с англ. – Спб.: Издательский дом Вильямс, 2003. – 495 с.
7. Санто Б. Инновация как средство экономического развития / Пер. с венг. – М.: Прогресс, 1990. – 296 с.
8. Сорос Дж. Открытое общество. Реформируя глобальный капитализм / Пер. с англ. – М.: Некоммерческий фонд поддержки культуры, образования и новых информационных технологий, 2001. – 458 с.
9. Твисс Б. Управление научно – техническими нововведениями / Пер. с анг. – М.: Экономика, 1989. – 271с.
10. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития; Капитализм, социализм и демократия / Пер. с англ., нем. – М.: Эксмо, 2008. – 863 с.
11. http://ru.wikipedia.org/wiki/Кризис
12. http://www.management.com.ua/news/?id=1129