

ПОНЯТІЙНО-ТЕРМІНОЛОГІЧНЕ ОСМИСЛЕННЯ ЕТАПУ ПІДГОТОВКИ ТА ОСВОЄННЯ ВИРОБНИЦТВА ЯК СКЛАДОВОЇ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ

© Осідач О.О., 2007

Визначено основні підходи до розуміння змісту і сутності інновацій. Розглянуто інноваційний процес створення, освоєння і комерціалізації нової продукції. Охарактеризовано місце і значення етапу підготовки та освоєння виробництва в інноваційному процесі.

Certainly basic approaches to understanding of maintenance and essence of innovations. The innovative process of creation, mastering and commercialization of new products is considered. A place and value of the stage of preparation and mastering of production is described in an innovative process.

Постановка проблеми. Прискорення науково-технічного прогресу зумовлює подальше збільшення масштабів наукових досліджень і розробок та витрат на їхнє фінансування. У середньому по країнах Євросоюзу в 2004 році витрати на дослідження і розробки становили 1,9 % валового внутрішнього продукту, а в США та Японії – 2,59 % і 3,15 % ВВП відповідно [1].

Таке значне зростання обсягів наукових досліджень небезпідставне. У сучасних умовах головною проблемою більшості промислових підприємств є випуск нової (покращеної) продукції, що матиме успіх на ринку. Жорстка конкуренція змушує виробників шукати шляхи підвищення якості продукції, її удосконалення. Саме це і передбачає необхідність розроблення нових методів, форм і механізмів організації створення і освоєння нової конкурентоспроможної продукції, що втілюється в інновації.

Велика кількість підходів до визначення та трактування поняття "інновації" зумовлює необхідність їх аналізу та узагальнення. Розглядаючи інноваційний процес загалом та етап підготовки і освоєння виробництва нової продукції зокрема, важливо визначити, що саме варто розуміти під новою продукцією.

Аналіз останніх досліджень. Дослідження в галузі інновацій, інноваційного процесу загалом та окремих його етапів закладено в роботах таких науковців, як: Н.І. Лапін, О.О. Лапко, Б. Санто, Б. Твісс, П.Н. Завлін, А.К. Казанцев, Л.Е. Мінделі, Д.І. Кокурін, В.Г. Мединський, С.В. Ільдеменов, А.С. Барюгін, А.А. Бовін, Л.Є. Череднікова, В.А. Якимович, Л. Водачек, О.Водачкова, А.І. Пригожин, Й. Шумпетер, Ю.В. Яковец тощо.

Значний обсяг наукових досліджень у цьому напрямі зумовлює, відповідно, і значну кількість підходів та поглядів на окремі питання, що, своєю чергою, часто вимагають уточнення чи пояснення їх трактування. Підходи окремих авторів до цієї проблеми розглянуто нами у цій статті.

Цілі статті. Метою статті є вирішення таких завдань:

- 1) дослідити основні підходи до розуміння змісту і сутності інновацій;
- 2) визначити відмінності між поняттями "інновація", "новація (новина)", "нововведення";
- 3) подати визначення поняття "нова продукція";
- 4) визначити місце і значення етапу підготовки та освоєння виробництва нової продукції в інноваційному процесі.

Основний матеріал дослідження. Розпочинаючи дослідження інноваційного процесу як такого, варто насамперед визначитися з поняттям, що нерозривно з ним пов'язане – "інновація". В

сучасній економічній літературі зустрічаються три основні підходи до розуміння змісту і сутності інновації.

Прихильники першого підходу (Н.І. Лапін, О.О. Лапко, Б. Санто, Б. Твісс та інші) *характеризують інновацію як процес* впровадження нових виробів, елементів, методів, принципів тощо. замість існуючих. Скажімо, угорський економіст Б. Санто розглядає *інновацію* як суспільно-техніко-економічний процес, який через практичне використання ідей і винаходів приводить до створення кращих за своїми властивостями виробів, технологій і у випадку, якщо інновація орієнтується на економічну вигоду, на прибуток, її поява на ринку може принести доданий продукт [2, с.83].

Прихильники другого підходу (П.Н. Завлін, А.К. Казанцев, Л.Е. Мінделі, Д.І. Кокурін, В.Г. Мединський, С.В. Ільдеменов та низка інших) *трактують інновацію як результат* творчого процесу у вигляді нової продукції (техніки), технології, методу тощо. “Класичним” визначенням за цього підходу є дефініція, запропонована П.Н. Завліним, А.К. Казанцевим та Л.Е. Мінделі: “*інновація* – це результат творчого процесу у вигляді створених (або впроваджених) нових споживчих вартостей, застосування яких вимагає зміни звичних стереотипів діяльності і навичок. При цьому найважливішою ознакою є новизна його споживчих властивостей, тоді як технічна новизна відіграє другорядну роль” [3, с.4].

Прихильники третього підходу (А.С. Барютін, А.А. Бовін, Л.Є. Череднікова, В.А. Якимович, Л. Водачек, О. Водачкова, А.І. Пригожин, Й. Шумпетер, Ю.В. Яковец та інші) *ототожнюють інновацію із зміною* стану того чи іншого об’єкта (системи). А.І. Пригожин визначає *інновацію* як цілеспрямовану зміну, яка вносить в середовище впровадження (організацію, населення, суспільство і т.п.) нові порівняно стабільні елементи [4, с.29].

У вітчизняній науці і на практиці поряд з терміном “інновація” використовуються дефініції “новація (новина)” та “нововведення”.

При цьому треба зазначити, що в повсякденній практиці зазвичай ототожнюють поняття “новація, нововведення, інновація”, що цілком зрозуміло. Будь-які винаходи, нові явища, види послуг або методи лише тоді отримують суспільне визнання, коли вони прийняті до поширення (комерціалізації) і вже в новій якості їх трактують як нововведення (інновації) [5, с.17].

Як зазначають М.А. Йохна та В.В. Стадник, “світова економічна думка інтерпретує інновацію як перетворення потенційного науково-технічного прогресу в реальний, утілений в нових продуктах і технологіях. З огляду на це терміни “нововведення” та “інновація” можна вважати рівнозначними і використовувати як синоніми щодо кінцевого результату – впровадження новації” [6, с.9–10].

Як бачимо, за цим підходом дослідники вважають появу термінів “інновація” та “новація” не більше ніж модою на іншомовні слова, невдалою спробою замінити українське поняття “нововведення”, яка в остаточному результаті не призводить до жодних теоретичних чи практичних змін.

Однак ми, своєю чергою, поділяємо позицію О.В. Іовлевої, яка чітко розмежовує поняття “новація”, “нововведення” та “інновація” як остаточні результати окремих стадій інноваційної діяльності. На думку дослідника [7, с.10-11]:

Новація – кінцевий продукт наукової діяльності, корисний ефект якого характеризується величиною науково-технічного ефекту, є інтелектуальним товаром і реалізується на спеціалізованому ринку новацій його законним власником стільки разів, скільки знайдеться покупців.

Нововведення – продукт інноваційної діяльності підприємства, корисний ефект якого характеризується техніко-економічним і технічним ефектом, не має товарної форми і втілюється у складі нового або вдосконаленого продукту (технології) на всіх етапах його створення.

Інновація – кінцевий продукт інноваційної діяльності підприємства, корисний ефект якого визначається величиною технічного і техніко-економічного ефекту, є товаром, що реалізується на ринку товарів і послуг у вигляді нового або удосконаленого продукту (технології).

Отже, новацією можуть бути новий порядок, новий метод або винахід. Нововведення означає, що новація використовується. З моменту прийняття до реалізації новація набуває нової якості і стає інновацією [8, с.159].

Аналізуючи точки зору сучасних авторів можна виділити такі типи інновацій [9, с.10]:

- *продуктові (product innovation)* – нова продукція, яка споживається у сфері виробництва (як засіб виробництва) або в сфері споживання (як предмет споживання або праці);
- *технологічні (technological innovation)* – нові технології (способи) виробництва існуючої або нової продукції;
- *організаційно-управлінські (organizational-managerial innovation)* – нові методи організації робіт і управління виробництвом.

Оскільки головним завданням підприємства є створення продукту, який користується попитом, саме продуктові інновації є найпоширенішим типом інновацій. При цьому, для конкретних підприємств їхній характер є специфічним. Для одних підприємств – це повна зміна асортименту або істотне розширення номенклатури виробів, що випускаються, яке виходить за межі традиційного профілю, для інших – підвищення споживчих якостей продукції традиційного профілю з врахуванням запитів споживача. Інколи нову продукцію випускають без зміни технології і на старому обладнанні, інколи освоєння нової продукції супроводжується впровадженням нової для підприємства технології і закупівлею відповідного обладнання [10].

Правильне використання підпорядкованих напрямків інноваційної діяльності під час створення нової продукції дає змогу розраховувати на значне підвищення ефективності інновацій в продуктивній сфері – знизити витрати на проектування, виробництво і збут нових товарів, зменшити строки створення нового продукту, підвищити надійність і гнучкість виробничої системи, знизити вплив можливих ризиків [10, с.14].

З поданої вище класифікації зрозуміло, що поняття “інновація” є значно ширшим аніж “нова (інноваційна) продукція”. Інновації містять результати творчого процесу не лише у виробничій, а й у фінансовій, управлінській, науковій та інших сферах людської діяльності.

Чітко розставимо методологічні акценти в поняттях “продукція” та “продукт”, що матиме не останнє значення в наших подальших наукових дослідженнях за цією темою.

За “Сучасним економічним словником” Б.А. Райзберга, Л.Ш. Лозовського та Є.Б. Стародубцевої, *продукція* – це продукт виробництва у речовій або інформаційній формі, найчастіше в предметному вигляді, кількісно вимірюваний в натуральному і грошовому вираженні; результат процесу виробництва [11].

Водночас інший відомий “Великий економічний словник” за ред. А.Н. Азріліяна визначає *продукцію* як всю кількість продуктів, виготовлених за певний проміжок часу (в світі, країні, галузі, на підприємстві, окремим робітником) [12].

Згідно із “Словником іншомовних слів” за редакцією О.С. Мельничука *продукцією* є сукупність матеріальних благ, добутих чи створених внаслідок виробничої діяльності, тоді як *продукт* – це споживна вартість, матеріальний результат праці людини [13, с.549]. Загалом продукція – це сукупність продуктів.

Вивчення сучасних техніко-економічних наукових джерел продемонструвало відсутність однозначного трактування понять “нова продукція” та “новий продукт”. Х.Й. Фольмут зазначає: “На практиці часто незрозуміло, що треба розуміти під новим продуктом. Постає також питання, чи є варіація продукту новим продуктом, чи лише продовжується життєвий цикл старого продукту”.

В інноваційному менеджменті під *новою (інноваційною) продукцією* розуміють заново впроваджені або такі, що зазнали удосконалення виробу, а також виробу, виробництво яких ґрунтується на нових або значно вдосконалених методах.

В.Г. Золотогоров визначає *нову продукцію* як продукцію з принципово новими споживчими властивостями, створену на основі наукових досліджень, дослідно-конструкторських і проектних робіт [14].

До нових видів промислової продукції належать вироби, вперше виготовлені і модернізовані, що отримали нову якісну характеристику і за своїми техніко-економічними показниками відповідають вимогам сучасного рівня розвитку техніки. До неї відносять також вперше виготовлені в країні комплектуючі вироби, які визначають основні технічні параметри нової продукції, ще не освоєної промисловістю і отримуваної в порядку кооперації підприємствами інших міністерств і

відомств. Високоєфективні модернізовані виробни, які відповідають за показниками найкращим світовим досягненням, розглядаються як нова продукція [14].

Подібний розподіл нової продукції на технологічно нову та технологічно вдосконалену знаходимо і в Інструкції щодо заповнення форми державного статистичного спостереження № 1-інновація “Обстеження технологічних інновацій промислового підприємства”, в якій немає чіткого розмежування понять “нова продукція” та “новий продукт”.

До *технологічно нового продукту* належить продукт, технологічні характеристики якого (функціональні ознаки, конструктивне виконання, додаткові операції, а також склад матеріалів і компонентів) чи передбачене використання принципово нові або істотно відрізняються від аналогічних продуктів, що виготовлялися раніше. Такі інновації можуть ґрунтуватися на принципово нових технологіях чи на поєднанні існуючих технологій для нового застосування або ж на використанні результатів досліджень і розробок.

До *значно технологічно вдосконаленого продукту* належить продукт, для якого поліпшуються якісні характеристики, підвищується економічна ефективність виробництва за рахунок використання ефективніших компонентів чи матеріалів, часткової зміни (однієї або більше) технічних підсистем (для комплексної продукції). До такого продукту належить традиційна продукція, характеристика якої зазнала значних поліпшень або модернізації.

Інноваційна продукція повинна пройти тривалий шлях від зародження перспективної ідеї до її практичного втілення та комерціалізації готового продукту в умовах конкуренції. Цей шлях в теорії інноватики має назву інноваційного процесу.

Терміни “інновація” та “інноваційний процес” близькі за змістом, але не однозначні. Інновацію зазвичай розглядають в контексті інноваційного процесу.

Інноваційний процес – це процес перетворення наукового знання в інновацію, який можна подати як послідовний ланцюжок подій, під час яких інновація визріває від ідеї до кінцевого продукту, технології або послуги і поширюється при практичному використанні [15, с.10].

Інноваційний процес пов’язаний із створенням, освоєнням, поширенням інновацій і має циклічний характер (рисунок).



Інноваційний процес створення, освоєння і комерціалізації нової продукції

До етапу здійснення проектно-конструкторських робіт, тобто до появи конкретного виробу, можемо говорити лише про створення новації (винаходу), яка перетворюється на нововведення лише після отримання певного техніко-економічного і технічного ефекту. Іноді винахід забраковують вже на етапі прикладних досліджень як такий, що не має жодної практичної цінності або ж витрати на продукування перевищують соціально-економічний ефект від його використання, що теж спричиняє припинення подальших робіт у цьому напрямі. Лише з початком виробництва та реалізації продукція перетворюється на повноцінний інноваційний товар, що забезпечує потреби споживачів.

Найважливішим (хоча б з позиції матеріало- і трудомісткості) в інноваційному процесі є етап підготовки і освоєння виробництва.

На думку Н.В. Драчової, сьогодні за умов кризи гостро постає питання виживання підприємств. У сучасних умовах господарювання перемагає те підприємство, в якого найсучасніша продукція, що користується попитом. Для створення такої продукції підприємству необхідно не лише розробити технологію її виготовлення, але й за необхідності побудувати нові або модернізувати існуючі цехи або окремі виробництва, підготувати кадри для роботи на такому виробництві.

Науково-методологічний плюралізм в теорії інноваційних процесів торкнувся також понятійного апарату проміжного до виробничого етапу створення інноваційної продукції, що виявилось в існуванні різних (подекуди діаметрально протилежних) позицій різних науковців до термінів “підготовка виробництва” та “освоєння виробництва”. Обсяги роботи не дають змоги детальніше зацентувати увагу на висвітленні всіх точок зору, тому наведено лише ті, які, на нашу думку, найповніше та змістовно висвітлюють сутність явища.

Освоєння виробництва – це початковий період промислового виробництва нової продукції, протягом якого досягають запланованих проектних техніко-економічних показників (проектного випуску нових виробів на одиницю часу, проектної трудомісткості і собівартості одиниці продукції). Особливістю періоду освоєння є те, що він займає проміжне місце між процесом підготовки виробництва, з одного боку, і розгорнутим серійним або масовим виробництвом виробів, з іншого.

Свою чергою, під *підготовкою виробництва* розуміють планування і регулювання виробничого процесу, що містить зокрема: підготовку необхідної документації, підготовку обладнання, матеріалів, складських приміщень, транспортних та обчислювальних засобів, розроблення календарного плану з вказаною послідовністю робіт тощо. Отже, раціональна організація підготовки виробництва передбачає велику кількість взаємопов'язаних питань, головні з яких – планування, організаційна структура і взаємодія підрозділів технічної підготовки виробництва, науково-технічна інформація, забезпечення надійності і довговічності виробів, техніко-економічний аналіз.

Як бачимо, терміни “підготовка виробництва” та “освоєння виробництва” є багатоаспектними і саме детальне розкриття їхнього змісту стане напрямом подальших наших досліджень.

Висновки. Дослідивши праці вітчизняних і зарубіжних науковців стосовно інновацій, інноваційного процесу, можемо констатувати:

– існує три основні підходи трактування поняття інновації: *інновація як процес* введення нових виробів, елементів, методів, принципів тощо замість існуючих; *інновація як результат* творчого процесу у вигляді нової продукції (техніки), технології, методу; *інновація як зміна* стану того чи іншого об'єкта (системи);

– новацією можуть бути новий порядок, новий метод або винахід. Нововведення означає, що новація використовується. З моменту прийняття до реалізації новація набуває нової якості і стає інновацією;

– під новою продукцією варто розуміти продукцію з принципово новими споживчими властивостями, створену на основі наукових досліджень, дослідно-конструкторських і проектних робіт;

– саме після етапу підготовки та освоєння виробництва нововедення стає інновацією і втілюється в нову продукцію.

1. Сайер П. Кто в Европе всех высокотехнологичнее? // *Computerworld*. – 2006. – №13.
2. Санто Б. Инновация как средство экономического развития: Пер. с венг. / Под ред. Б.В. Сазонова. – М.: Прогресс, 1990. – 325 с.
3. Основы инновационного менеджмента: Учеб. пособие / Под ред. П.Н. Завлина, А.К. Казанцева, Л.Э. Миндели. – М.: Экономика, 2000;
4. Пригожин А.И. Нововведения: стимулы и препятствия (социальные аспекты инноватики). – М.: Политиздат, 1989. – 271 с.
5. Нуретдинов Р.Р. Реализация технологических инноваций на предприятиях: анализ и оценка (на примере химической и нефтехимической промышленности Республики Татарстан): Дис... канд. экон. наук: 08.00.05. – Казань, 2004. – 192 с.
6. Йохна М.А., Стадник В.В. Економіка і організація інноваційної діяльності: Навчальний посібник. – К.: Видавничий центр “Академія”, 2005. – 400 с. (Альма-матер).
7. Иовлева О.В. Инновационная деятельность как фактор конкурентоспособности предприятия: Автореф. дис.. канд. экон. наук: 08.00.05 / Уральский государственный экономический университет. – Екатеринбург, 2006. – 28 с.
8. Менеджмент организации / Под ред. З.П. Румянцевой, Н.А. Соломатина. – М.: ИНФРА-М, 1997. – 429 с.
9. Хватов К.Ю. Формирование стратегии создания новой продукции на промышленном предприятии: Дис... канд. экон. наук: 08.00.05. – Воронеж, 2005. – 196 с.
10. Касаткин Б.П. Инновационный аспект обеспечения жизнеспособности обувных предприятий в условиях рыночной конъюнктуры // *Директор*. – 2005. – №6–7 (77).
11. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. – 5-е изд., перераб. и доп. – М., 2006;
12. Большой экономический словарь / Под ред. А.Н. Азрилияна. – 5-е изд., доп. и перераб. – М., 2002.
13. Словник інішовних слів / За ред. члена-кореспондента АН УРСР О.С. Мельничука. – К.: Головна редакція УРЕ, Київська книжкова фабрика, 1974. – 768 с.
14. Золотогоров В.Г. Энциклопедический словарь по экономике. – Минск, 1997.
15. Основы инновационного менеджмента: теория и практика: Учебник / Под ред. А.К. Казанцева, Л.Э. Миндели. – Изд. 2-е перераб. и доп. – М.: Экономика, 2004. – 518 с.

УДК 334.758.4 (477)

С.Я. Павлик

Київський національний торговельно-економічний університет,
кафедра фінансового аналізу і контролю

АНАЛІЗ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ХОЛДИНГОВОЇ КОМПАНІЇ

© Павлик С.Я., 2007

Основною правового регулювання діяльності холдингових компаній в Україні є Закон України “Про холдингові компанії в Україні”. Хоча Закон і містить певні норми щодо створення і функціонування холдингових компаній, але все ж їх кількість не можна назвати достатньою. У роботі подано теоретичне обґрунтування та аналіз удосконалення системи управління холдинговими компаніями.

The basis of legal regulation of the holding companies in Ukraine is the law of Ukraine “About the holding companies in Ukraine”. Though the Law also contains separate norms concerning creation and functioning of not state holdings, nevertheless their quantity cannot be named sufficient. In this clause is submitted the theoretical substantiation and the analysis of improvement of a control system in the holding companies.

Постановка проблеми. Сучасна економіка будь-якої розвиненої держави – це складна диференційована система взаємозв’язків. Структура економіки стала складнішою, має набагато вищий рівень інтегрованості, більшу кількість економічних параметрів, необхідних для прийняття