

УДК 330.101

Шостак Л.В.

*кандидат економічних наук, доцент,
Східноєвропейський національний університет
імені Лесі Українки***ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ
ОПЕРАТОРІВ СФЕРИ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙ****FORMATION OF INNOVATIVE POTENTIAL
OPERATORS TELECOMMUNICATIONS****АНОТАЦІЯ**

Стаття присвячена проблемі формування інноваційного потенціалу операторами телекомунікаційного ринку України. Досліджено трактування категорії «інноваційний потенціал» різними вітчизняними та іноземними вченими. Розроблено схему процесу формування інноваційного потенціалу для підприємства зв'язку із врахуванням чинників зовнішнього та внутрішнього середовища. Запропоновано етапи формування та складові структури із врахуванням специфіки сфери телекомунікацій.

Ключові слова: потенціал, інновації, інноваційний розвиток, інноваційний потенціал, телекомунікаційний ринок.

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена проблеме формирования инновационного потенциала операторами телекоммуникационного рынка Украины. Проведено исследование категории «инновационный потенциал предприятия». Разработана схема процесса формирования инновационного потенциала для предприятия связи с учётом влияния факторов внешней и внутренней среды. Предложены этапы формирования и составляющие структуры с учётом специфики отрасли телекоммуникаций.

Ключевые слова: потенциал, инновации, инновационное развитие, инновационный потенциал, телекоммуникационный рынок.

ANNOTATION

The article is devoted to the problem of formation of innovation potential operators of telecommunications market of Ukraine. Interpretation of category is investigational "innovative potential" by different home and foreign scientists. The chart of process of forming of innovative potential is worked out for the enterprise of connection with taking into account of factors of external and internal environment. Proposed phases and aspects of the structure taking into account the specifics of telecommunications.

Keywords: potential, innovations, innovative development, innovative potential, telecommunications market.

Постановка проблеми. Проблема формування та структуризації потенціалу та конкурентоспроможності підприємств сфери телекомунікацій, підвищення та реалізації конкурентних переваг оператора зв'язку України набуває все більшої актуальності. Відомий той факт, що поряд із зовнішніми чинниками, які мають величезний вплив на рівень потенціалу підприємства, не менш вагомими є внутрішні фактори. Відповідно, використання нового механізму формування інноваційного потенціалу, що базуватиметься на відповідності цілей інноваційної стратегії розвитку підприємства рівню наявного інноваційного потенціалу, дасть змогу провадити ефективну діяльність та посідати міцні конкурентні позиції на ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Стратегічною метою будь-якого оператора теле-

комунікаційного ринку є досягнення високого рівня конкурентоспроможності. Проте цей процес просто неможливий за невисокого рівня потенціалу підприємства. А коли це стосується оператора зв'язку, то саме відповідний рівень інноваційного потенціалу повинен бути пріоритетним під час формування стратегії розвитку та структури потенціалу оператора.

Останніми роками у світовій та вітчизняній науці значно зосереджується увага на питаннях формування та розвитку інноваційної складової потенціалу підприємства. Вченими запропоновано нові моделі та механізми, які спонукають до формування саме інноваційного потенціалу та управління ним. Заслужують на значну увагу у сфері формування та розвитку інноваційного потенціалу праці О.В. Ареф'єва, А.Е. Воронкової, А.В. Гриньова, О.А. Князевої, О.С. Федоніна, Л.І. Федулової, Н.І. Чухрай та інших науковців.

Мета статті полягає у визначенні сутності категорії «інноваційний потенціал оператора сфери телекомунікацій» і його значення для вибору напрямку розвитку підприємства, обумовлення необхідності постійного впровадження інновацій в галузь зв'язку.

Виклад основного матеріалу дослідження. В економічній літературі виділяють різні підходи до визначення інноваційного потенціалу (від загальнотеоретичних до галузевих). Наприклад, у праці [1, с. 225] авторами запропоновано розглядати інноваційний потенціал як у вузькому, так і в широкому значенні (розумінні). Перше характеризує інноваційний потенціал як складову більш широкого поняття «потенціал підприємства». Друге використовується для характеристики інноваційного потенціалу як узагальненої самостійної комплексної характеристики, яка визначає спроможність підприємства до інноваційного розвитку.

Група авторів [2, с.114] трактує інноваційний потенціал організації – рівень готовності організації до реалізації проекту або програми інноваційних стратегічних змін. Інноваційний потенціал залежить від параметрів організаційних структур менеджменту, професійно-кваліфікаційного складу промислово-виробничого персоналу, зовнішніх умов господарської діяльності тощо. Тому оцінювання інноваційного

потенціалу є необхідною складовою процесу розроблення стратегії.

Окремі автори визначають інноваційний потенціал як «силу», яка визначає здатність країни, галузі, регіону або підприємства до інноваційної діяльності. Інноваційний потенціал є сукупністю елементів, необхідних для досягнення стратегічних цілей і вирішення інноваційних завдань, які з них випливають. Наявні в економічній літературі визначення цього поняття переважно не мають радикальних розбіжностей. Проте у багатьох дослідженнях автори концентрують свої зусилля на вивченні окремих складових інноваційного потенціалу, тому інколи визначення цього поняття мало співвідносяться між собою [3, с. 183].

А.Р. Ганієва трактує інноваційний потенціал як сукупність кадрових та фінансових ресурсів, що обслуговуються відповідною інфраструктурою, призначених для реалізації нововведень [4, с. 45].

Розвиваючись інноваційним шляхом, суб'єкт господарювання змушений удосконалювати свою виробничу базу, систему матеріально-технічного забезпечення, оптимізувати структуру збутової мережі і систему руху товарів, адаптуючи їх до змін ситуації на ринку. Одночасно з цим відбувається перебудова організаційних структур управління, здобувають досвід його робітники, фахівці і керівники, налагоджується система зв'язків з економічними контрагентами, створюється імідж тощо, тобто зростає його інноваційний потенціал [5].

Можна наводити ще багато різних трактувань цієї категорії, проте вони не враховують специфічні особливості сфери надання послуг. Ми вважаємо, що найбільш наближеним є науково-методичний підхід діагностики інноваційного потенціалу підприємств поштового зв'язку, розроблений О.А. Князевою [6, с. 22]. Проте послуги поштового зв'язку значно відрізняються від телекомунікаційних, і, відповідно, цей підхід варто використовувати лише як теоретичне підґрунтя для формування власного науково-методичного підходу до визначення інноваційного потенціалу операторів так званого електров'язку.

В цьому випадку постає питання про те, що ж є первинним – інноваційна діяльність (розвиток) чи інноваційний потенціал підприємства. Якщо інноваційний потенціал, то чи можливий він без здійснення підприємством інноваційної діяльності, впровадження інновацій тощо? Відповідно, чи можливе здійснення ефективної інноваційної діяльності на підприємстві без наявних інноваційних ресурсів? Особливо гостро це стосується саме підприємств сфери телекомунікацій, оскільки їх ефективна діяльність просто неможлива без постійного інноваційного розвитку.

Тому, на нашу думку, інноваційний потенціал оператора сфери телекомунікацій – це сукупність не лише активів підприємства, але

й його інноваційних ресурсів, використання яких дає змогу здійснити оптимізацію процесу надання послуг, а також дає наявні та потенційні можливості створювати та впроваджувати інновації задля досягнення стратегічних конкурентних переваг оператора як на вітчизняному, так і на зовнішньому ринках.

Формування інноваційного потенціалу підприємства – це процес його створення, комплексної та закономірної зміни, переходу від одного стану до іншого із використанням досягнень науки, техніки, науково-технічного прогресу та інших складових інноваційного розвитку. Формування інноваційного потенціалу підприємства відбувається під впливом чинників зовнішнього та внутрішнього середовища функціонування підприємства.

Проте через особливості сфери телекомунікацій, порівняно з іншими галузями національної економіки, процес формування інноваційного потенціалу, звичайно, буде дещо відрізнятися. По-перше, акцент буде робитись на техніко-технологічній складовій інноваційного потенціалу. По-друге, через технічне відставання України від розвинутих країн світу вимагатиме значних інвестиційних вкладень саме в основні засоби операторів. По-третє, інноваційна діяльність операторів повинна бути явищем постійним, а не засобом вирішення окремих проблем.

Тому процес формування інноваційного потенціалу оператора телекомунікаційного ринку необхідно розділити за такими напрямками:

1) оцінка техніко-технічної складової (діагностика основних засобів оператора, виробнича потужність тощо);

2) визначення фінансових показників діяльності оператора (показники доходності, ліквідності, фінансової стійкості, ділової активності, рентабельності тощо);

3) діагностика показників інноваційної діяльності; необхідно оцінити інноваційні процеси на підприємстві, розроблення та впровадження нових послуг, оцінити ефективність функціонування наявних ресурсів, технічне та інформаційне забезпечення, необхідність та перспективність інноваційного розвитку;

4) сегментація споживачів (клієнтів); через те, що кінцевий результат діяльності оператора зв'язку безпосередньо залежить від ефективності контакту оператора та споживача, дослідження варто проводити на основі розрахунку показників маркетингу та якості надання послуг;

5) оцінка людського капіталу підприємства, повноти інформаційної системи, яка використовується працівниками для надання послуг, витрати на навчання та перепідготовку персоналу.

Реалізація інноваційного потенціалу оператора телекомунікаційного ринку – це процес економічного потенціалу підприємства, що є процесом забезпечення досягнення підприємством цілей його діяльності (рис. 1).

Залежно від величини інноваційного потенціалу підприємство може:

– оперативно реагувати на зміни зовнішнього середовища, здійснювати інноваційну діяльність, впроваджувати інноваційні розробки, реалізовувати проекти та підтримувати відповідний рівень конкурентних переваг на ринку (за високого рівня);

– унеможливити впровадження інновацій, а якщо вони і вводяться, то вкрай рідко (за низького рівня).

Впровадження інновацій в діяльність операторів телекомунікаційного ринку повинне бути

явищем постійним та комплексним, а не відповіддю на дії конкурентів чи результатом вирішення проблеми. Інноваційна діяльність операторів зв'язку повинна спиратись на постійний моніторинг ринку, дослідження дій конкурентів, аналіз останніх досягнень науки та техніки, причому не лише вітчизняних, але й іноземних перш за все, та ефективне використання власного інтелектуального капіталу.

Аналіз інноваційної складової більшості вітчизняних операторів телекомунікаційного ринку свідчить про необхідність постійного процесу здійснення інноваційної діяльності.



Рис. 1. Формування інноваційного потенціалу підприємства

Джерело: власна розробка автора

Основними причинами недостатньо високого інноваційного розвитку операторів сфери телекомунікацій є:

1) низький рівень власних фінансових ресурсів, спрямованих на розвиток інноваційної діяльності;

2) незначна інвестиційна активність, особливо іноземних інвесторів, через політичну та економічну нестабільність в державі;

3) недостатність державного фінансування та активізації інноваційного розвитку вітчизняних операторів телекомунікаційного ринку;

4) відсутність мотивації вітчизняних підприємств до впровадження науково-дослідних та дослідно-конструкторських розробок;

5) послаблення взаємозв'язків науки та виробництва;

6) низький рівень оновлення основних засобів операторів телекомунікаційного ринку.

Вчасне та ефективно впровадження інновацій операторами вітчизняного телекомунікаційного ринку дасть змогу:

– підвищити рівень інвестиційної привабливості;

– утримувати високі конкурентні позиції на вітчизняному та світовому телекомунікаційному ринках;

– підвищити рівень інноваційного потенціалу операторів;

– характеризувати рівень вітчизняного телекомунікаційного ринку не лише позитивними тенденціями розвитку, але й високим рівнем інноваційної активності;

– підвищити стимулювання розвитку інформаційно-комунікаційних технологій та надати сфері телекомунікацій виняткову роль в умовах відкритості національних ринків, де велике значення має державне регулювання.

Міжнародний досвід регулювання ринку телекомунікацій свідчить про варіативність моделей регулювання з огляду на рівень економічного розвитку країни, традицій в регуляторній політиці, ступеня відкритості бізнес-середовища для компаній-нерезидентів.

Висновки. В процесі дослідження було виявлено, що, оскільки ефективний розвиток оператора телекомунікаційного ринку прямо залежить від його інноваційного потенціалу, подальше дослідження варто проводити в напрямі формування методичного апарату оцінки інноваційного потенціалу підприємств телекомунікаційного ринку.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Гранатуров В.М. Удосконалення методів аналізу інноваційного потенціалу підприємства / В.М. Гранатуров, В.О. Крупська // Механізми, стратегії, моделі та технології управління економічними системами за умов інтеграційних процесів: теорія, методологія, практика : матеріали II міжнародної науково-практичної конференції. – Хмельницький, 2015. – 278 с.
2. Управління потенціалом підприємства зв'язку : [навч. посіб.] / [О.А. Князева, Л.В. Галан, М.А. Дем'янчук]. – О. : ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2012. – 180 с.
3. Головіна Ю.С. Інноваційний потенціал підприємства / Ю.С. Головіна // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – № 4, Т. 2. – С. 182–185.
4. Ганієва А.Р. Оцінка інноваційного потенціалу підприємства / А.Р. Ганієва // Формування ринкових відносин в Україні. – 2004. – № 5. – С. 45–51.
5. Ілляшенко С.М. Інноваційний менеджмент : [підручник] / С.М. Ілляшенко. – Суми : ВТД – Університетська книга, 2010. – 334 с.
6. Князева О.А. Інноваційний розвиток підприємств поштового зв'язку: теорія, методологія, практика : автореф. дис. ... докт. екон. наук / О.А. Князева ; Одеський національний політехнічний університет. – О., 2009. – 31 с.