

УДК 658.589

СТРАТЕГІЧНИЙ ПІДХІД ДО РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Т. М. ЯНКОВЕЦЬ

Київський національний університет технологій та дизайну

У статті запропоновано механізм розвитку інноваційного потенціалу підприємства. Систематизовано методи обґрунтування вибору та реалізації стратегій за етапами розвитку інноваційного потенціалу. Розроблено матриці вибору інноваційних корпоративної, конкурентної та класичної інноваційної стратегії

Для підвищення прибутковості своєї діяльності, а також зростання ринкової вартості та ліквідності, сучасні підприємства в ринкових умовах вимушені постійно шукати нові шляхи вирішення зазначених проблем. Одним з таких шляхів є застосування системи стратегічного управління, яке передбачає обов'язкове врахування впливу зовнішнього середовища на діяльність підприємства. Прогнозування попиту на продукцію з врахуванням тенденцій розвитку та передбаченням змін у зовнішньому середовищі є основою формування стратегічної мети, найуспішнішому досягненню якої сприяє використання інноваційного потенціалу підприємства. Інноваційний підхід при вирішенні стратегічних завдань на сьогодні є актуальним та безальтернативним.

Об'єкти та методи дослідження

Проблемам інноваційного розвитку економіки присвячені праці Й. Шумпетера [1], Д. Львова і С. Глазьева [2], Г. Менша [3], Р. Фостера [4] та інших, які теоретично обґрунтували причини економічного розвитку на основі інновацій.

В останній час значну увагу дослідників зосереджено на розв'язанні проблеми використання інновацій для досягнення стратегічної мети підприємства. Практичним проблемам інноваційного розвитку економіки з застосуванням стратегічного підходу присвячені праці А. П. Гречан [5, 6], А. В. Гриньова [7], М. П. Денисенка [5, 6], В. В. Зянька [8], С. М. Ілляшенка [9], Р. А. Фатхутдінова [10] та інших. Проблеми інноваційного розвитку легкої промисловості вивчали А. П. Гречан [11], Т. В. Калінеску, Ю. А. Романовська, О. Д. Кирилов [12], О. І. Лабурцева [13] та інші. Невирішеними залишаються питання розвитку (формування, реалізації та відтворення) інноваційного потенціалу у контексті стратегічного підходу. При цьому залишається не сформованим механізм розвитку інноваційного потенціалу внаслідок недостатності теоретичних та методичних напрацювань, адаптованих для підприємств легкої промисловості.

Постановка завдання

У статті ставиться за мету сформулювати механізм розвитку інноваційного потенціалу для досягнення стратегічної мети підприємства легкої промисловості.

Результати та їх обговорення

Під механізмом розвитку інноваційного потенціалу підприємства (МРІПП) розуміємо систему процесів (функцій та дій управління), методів та інструментів, які використовуються для формування, реалізації та відтворення інноваційного потенціалу, що дозволяє досягати інноваційної та стратегічної мети підприємства [14]. Під інноваційною метою розуміємо підвищення рівня конкурентоспроможності продукції та підприємства, під стратегічною – сталий розвиток підприємства у довгостроковій перспективі.

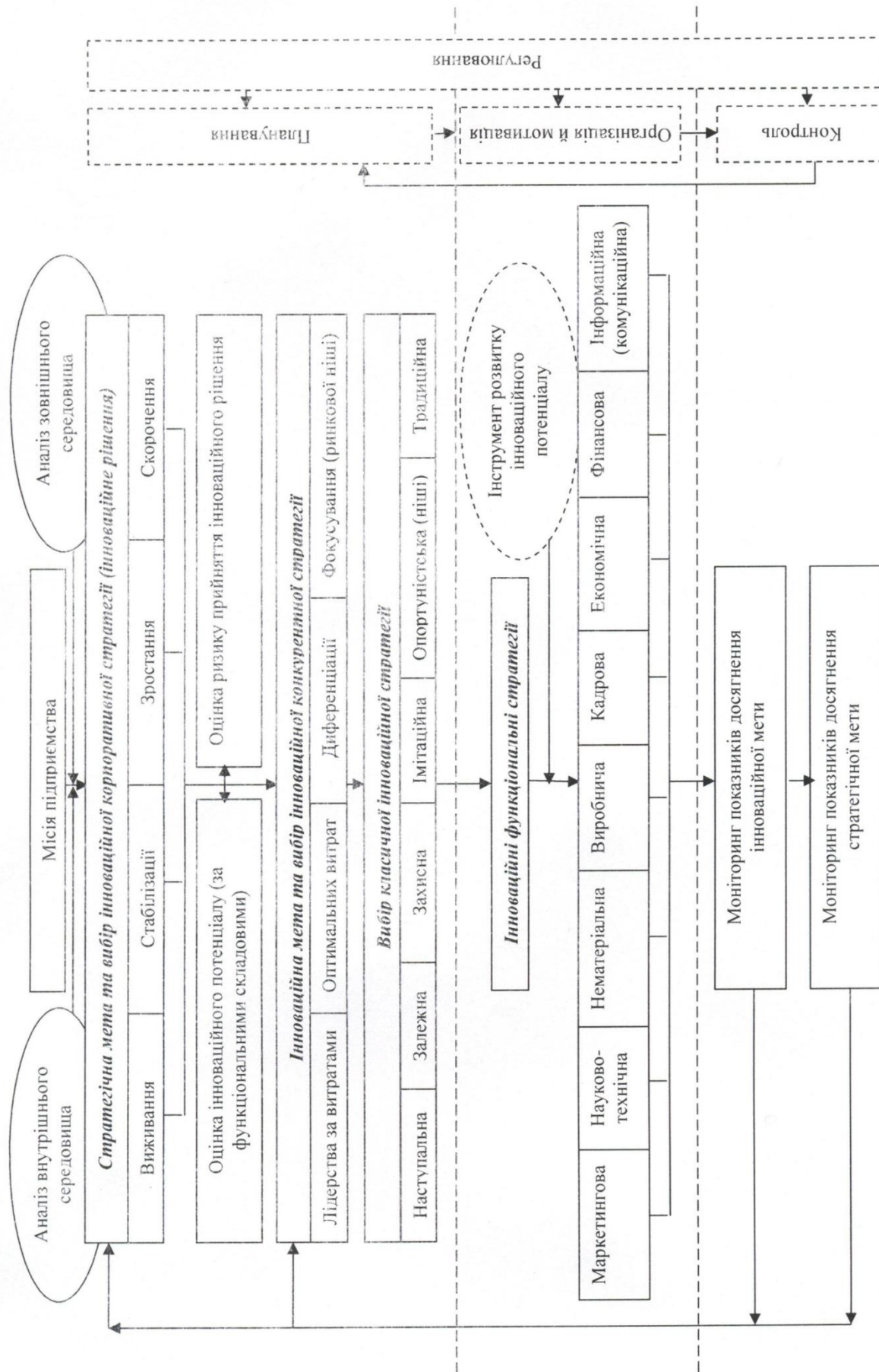


Рис. 1. Механізм розвитку інноваційного потенціалу підприємства (власна розробка)

Процес розвитку інноваційного потенціалу підприємства відбувається за функціями управління: планування, організація, мотивація, контроль й регулювання. На кожному етапі управління зазначеним процесом з застосуванням стратегічного підходу використовуються методи обґрунтування вибору та реалізації стратегій:

1. Визначення стратегічної мети та вибір інноваційної корпоративної стратегії (прийняття інноваційного рішення): SWOT – аналіз (рис. 2);
2. Визначення рівня інноваційного потенціалу (оцінка інноваційного потенціалу за функціональними складовими): статистичні; факторного аналізу; експертних оцінок; стратегічного аналізу; бенчмаркінг;
3. Визначення рівня ризику (оцінка ризику прийняття інноваційного рішення): якісні (експертних оцінок); кількісні методи (аналіз чутливості, метод сценаріїв, метод Монте-Карло, аналіз беззбитковості);
4. Постановка інноваційної мети та вибір інноваційної конкурентної стратегії: стратегічна матриця вибору на основі рівня інноваційного потенціалу та рівня ризику (рис. 3);
5. Вибір класичної інноваційної стратегії: стратегічна матриця вибору на основі інноваційних корпоративної та конкурентної стратегій (рис. 4);
6. Реалізація інноваційних функціональних стратегій: засновані на інтуїції керівників; засновані на «здоровому глузді» керівників; науково-практичний підхід; неформальні (евристичні); колективні; кількісні; адміністративно-розпорядницькі; економічні; соціально-психологічні; правові;
7. Моніторинг показників досягнення поставлених інноваційної та стратегічної мети: порівняння (індикаторні; матричні); економіко-статистичні; математичного моделювання; графічні; експертних оцінок; дисконтування.

Більшість підприємств-конкурентів мають однаковий набір інноваційних ресурсів, що можуть бути задіяні для досягнення поставленої стратегічної мети. Але наскільки ефективно вони реалізовуватимуться, залежить від зовнішніх і внутрішніх чинників, що впливають на можливості їх використання [15]. Сильні та слабкі сторони підприємства пропонуємо оцінювати за функціональними складовими інноваційного потенціалу підприємства: маркетингова; науково-технічна; нематеріальна; виробнича; кадрова; економічна; фінансова; інформаційно-комунікаційна [16]. Ринкові можливості і загрози – за факторами мікро- і макросередовища [15].

Ринок Підприємство	Можливості	Загрози
Сильні сторони	Стратегія зростання	Стратегія стабілізації
Слабкі сторони	Стратегія виживання	Стратегія скорочення

Рис. 2. SWOT–матриця для вибору інноваційної корпоративної стратегії

(розроблено автором)

Після вибору інноваційної корпоративної стратегії визначається рівень інноваційного потенціалу та рівень ризику прийняття інноваційного рішення, на основі яких приймається рішення про вибір інноваційної конкурентної стратегії (рис. 3).

Рівень ризику Рівень ІІІ	Загрозливий (високий)	Прийнятний (середній)	Мінімальний (низький)
Потужний (високий)	Стратегія фокусування (ринкової ніші)	Стратегія диференціації	Стратегія диференціації
Достатній (середній)	Стратегія оптимальних витрат	Стратегія фокусування (ринкової ніші)	Стратегія диференціації
Базовий (низький)	Стратегія лідерства за витратами	Стратегія оптимальних витрат	Стратегія фокусування (ринкової ніші)

Рис. 3. Матриця вибору інноваційної конкурентної стратегії підприємства (розроблено автором)

При базовому рівні інноваційного потенціалу та загрозливому рівні ризику інноваційного рішення щодо вибору інноваційної корпоративної стратегії підприємству доцільно обрати стратегію лідерства за витратами. Поступово по мірі нарощування інноваційного потенціалу та зниження ступеню ризику підприємство може обрати одну з інших інноваційних конкурентних стратегій: стратегію оптимальних витрат; стратегію фокусування (ринкової ніші); стратегію диференціації. Оскільки класичні інноваційні стратегії підтримують базові стратегії зростання та стабілізації [16], пропонуємо матрицю вибору інноваційної стратегії на основі вибраних інноваційних корпоративної та конкурентної стратегій (рис. 4).

Конкурентна стратегія Корпоративна стратегія	Лідерства за витратами	Оптимальних витрат	Фокусування	Диференціації
Зростання	Імітаційна	Імітаційна	Опортуністська (ніші)	Наступальна
Стабілізації	Традиційна	Оборонна (захисна)	Опортуністська (ніші)	Залежна

Рис. 4. Матриця вибору класичної інноваційної стратегії підприємства (розроблено автором)

Особливості класичних інноваційних стратегій з виділенням умов застосування, переваг та недоліків було детально описано у роботі [16]. Ще раз підкреслимо, що їх застосування можливе лише при обраних інноваційних корпоративних стратегіях зростання та стабілізації.

Після вибору інноваційних корпоративної, конкурентної та класичної інноваційної стратегій, підприємству необхідно вжити заходів щодо реалізації інноваційних функціональних стратегій як інструмента розвитку його інноваційного потенціалу.

Висновки

Застосування розробленого механізму дозволить підприємству легкої промисловості розвивати власний інноваційний потенціал, підвищувати конкурентоспроможність продукції та досягти сталого розвитку у довгостроковій перспективі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Шумпетер И. А. Теория экономического развития: Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры. – М.: Прогресс. –1982. – 456 с.
2. Глазьев С. Ю. Теория долгосрочного технико-экономического развития. – М. ВладДар. –1993. – 306 с.
3. Mensch G. Stalemate in technology: Innovations overcome the depression. – Ballinger, Cambridge (Massachusetts). – 1979. – 414 p.
4. Фостер Р. Обновление производства: атакующие выигрывают. – М.: Прогресс. –1987.
5. Інвестиційно-інноваційна діяльність: теорія, практика, досвід: Монографія / Денисенко М. П., Михайлова Л. І., Грищенко І. М., Гречан А. П. та ін.; За ред. д.е.н., проф., акад. М. П. Денисенка, д.е.н., проф. Л. І. Михайлової. – Суми: ВТД «Університетська книга», – 2008. – 1050 с.
6. Методологічні основи розвитку постіндустріальної економіки: Монографія / М. П. Денисенко, А. П. Гречан, В. В. Лойко та ін.; За ред. д.е.н., проф. Денисенка М. П., д.е.н., проф. Гречан А. П., к.е.н., доц. В. В. Лойко. – К.: Фітосоціоцентр. –2010. – 688 с.
7. Гриньов А. В. Інноваційний розвиток промислових підприємств: концепція, методологія, стратегічне управління. – Х.: ВД «ІНЖЕК», –2003. – 308 с.
8. Зянько В. В. Інноваційне підприємництво: сутність, механізми і форми розвитку. Монографія. – Вінниця: УНІВЕРСУМ-Вінниця, –2008. – 397 с.
9. Менеджмент та маркетинг інновацій: Монографія / За заг. ред. д.е.н., проф. С. М. Ілляшенка. – Суми: ВТД «Університетська книга». 2004. – 616 с.
10. Фатхутдинов Р. А. Инновационный менеджмент: Учебник для вузов. 5-е изд. – СПб.: Питер, 2005. – 448 с.
11. Гречан А. П. Теоретико-методологічні основи розвитку підприємств легкої промисловості на інноваційних засадах: Монографія. – К.: КНУТД, 2005. – 208 с.
12. Калінеску Т. В. Стратегічний потенціал підприємства: формування та розвиток: Монографія / Т. В. Калінеску, Ю. А. Романовська, О. Д. Кирилов. – Луганськ: Вид-во СНУ ім. В. Даля, – 2007. – 272 с.
13. Лабурцева Олена Іванівна. Маркетинг і розвиток підприємництва в легкій промисловості України: [монографія] / Київський національний ун-т технологій та дизайну. –К.: КНУТД, –2008. – 363с.
14. Т. М. Янковець. Формування механізму розвитку інноваційного потенціалу підприємства // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Збірник наукових праць. – К.: – 2011. – № 2 (58). – с. 76–80.
15. Т. М. Янковець. Фактори впливу на реалізацію інноваційного потенціалу підприємства // Тези доповідей III Міжнародної науково-практичної конференції «Управління інноваційним процесом в Україні: проблеми, перспективи, ризики». – Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», –2010. – с. 528–554.
16. Т. М. Янковець. Інноваційні стратегії підприємства легкої промисловості як засіб реалізації його інноваційного потенціалу // Актуальні проблеми економіки. –№ 2. –2010. – с. 167–174.