

ІНСТРУМЕНТАРІЙ МЕХАНІЗМУ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА (МОЕЗІПП) НА СТРАТЕГІЧНОМУ ТА ТАКТИЧНОМУ РІВНЯХ УПРАВЛІННЯ

Успішна діяльність промислового підприємства може бути забезпечена лише за умови комплексного підходу до організації інноваційного процесу, що враховує особливості галузі та підприємства, номенклатуру продукції, стан ринкового попиту та ін. Тому взаємодія підсистем МОЕЗІПП, на нашу думку, має відбуватися на основі використання набору інструментів, який складається з трьох компонентів: взаємоузгодження стадій життєвого циклу товару, підприємства та етапу розвитку ринку; стратегічне планування інноваційної діяльності на основі прогнозування тривалості життєвого циклу існуючих стратегічних бізнес-одиниць; організація робіт на етапах інноваційного циклу, що повною мірою забезпечить врахування перелічених вище особливостей.

Характер взаємодії інструментарію організаційно-економічного забезпечення інноваційного процесу з підсистемами МОЕЗІПП показано на рис. 2.3.

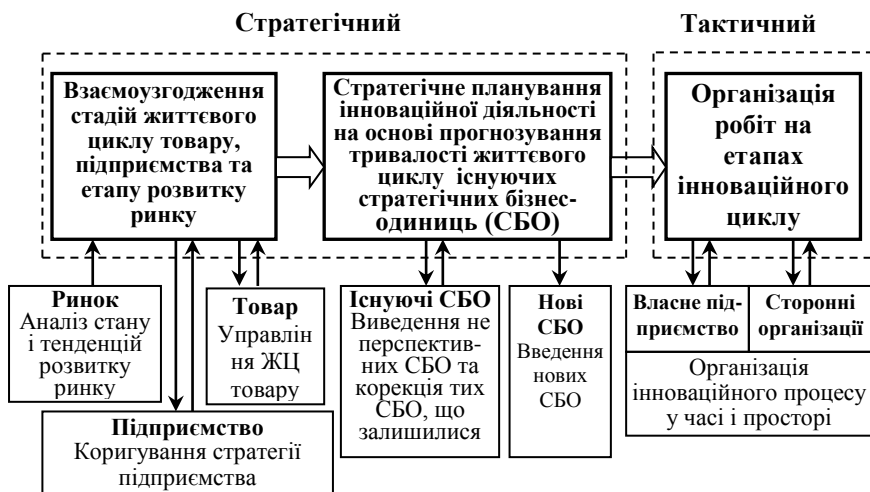


Рис. 2.3. Схема взаємодії інструментарію організаційно-економічного забезпечення інноваційного процесу з об'єктами аналізу та управління

За основу взаємоузгодження складових інноваційного процесу на промисловому підприємстві запропоновано узяти доведене А. Шнейдером

положення про необхідність взаємоузгодження стадій життєвого циклу товару, підприємства та етапу розвитку ринку, що є обов'язковою умовою стабільного функціонування підприємства. Приведення перелічених складових у взаємну відповідність нами передбачено проводити у два етапи: 1) діагностика поточного стану; 2) виконання коригуючих дій стосовно зміни організаційно-економічного забезпечення інноваційної діяльності підприємства.

Існуючі методичні підходи до формування портфеля інноваційних проектів враховують ринкове положення підприємства, рівень конкуренції на ринках збуту, стан споживчого попиту, інноваційний потенціал підприємства тощо. Вони гармонійно вкладаються у концепцію маркетингу Ф. Котлера, що передбачає виробництво лише такої продукції, яка користується попитом. Проте з поля зору дослідників випадають такі важливі аспекти діяльності підприємства як його рентабельність, рівень завантаження потужностей, доступність фінансових ресурсів, ступінь реалізації потенціалу існуючих виробів.

Нами пропонується розглядати існуючий продуктовий портфель підприємства як один з визначальних факторів при плануванні та здійсненні інноваційної діяльності, спрямованої на оновлення та розширення асортименту продукції. Поряд з визначенням споживацьких запитів, при плануванні інноваційної діяльності, слід враховувати стан продуктового портфеля підприємства з точки зору тривалості життєвого циклу продукції, що випускається, і на основі цих даних здійснювати формування та коригування інноваційного портфеля.

Прогнозуючи тривалість життєвого циклу продукту (продуктової бізнес-одиниці) на основі оцінки імовірності банкрутства окремої бізнес-одиниці можна достатньо точно встановити момент часу, у який потрібно вивести на ринок товар-заміну чи провести модернізацію існуючого виробу. Моментом виведення на ринок інноваційної продукції (принципово нової чи модернізованої) та даними про тривалість подібного інноваційного циклу у минулому визначаються обмеження щодо тривалості інноваційного циклу та потреба у ресурсах.

Запропонований набір інструментарію організаційно-економічного забезпечення інноваційного процесу на промисловому підприємстві дозволяє провести повний цикл планування та здійснення інноваційної діяльності підприємства з урахуванням особливостей ринків збуту у розрізі кожного виду продукції підприємства, продуктового портфеля та характеристик самого підприємства. У результаті буде отримано набір інноваційних проектів, який забезпечить стратегічний інноваційний розвиток підприємства.