

СТРАТЕГІЯ ДИФЕРЕНЦІЮВАННЯ ПРІОРИТЕТІВ ЩОДО РЕАЛІЗАЦІЇ ТРАНСФЕРНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Трансферний потенціал інноваційного розвитку підприємства (ТПРП) є сукупністю можливостей з акумулювання, на умовах трансферу, прав інтелектуальної власності, технологій, інноваційної продукції, фінансових та інших ресурсів, а також здійснення їхньої передачі споживачам і бізнес-партнерам. Управління ТПРП вимагає застосування стратегії диференціювання пріоритетів, яка протидіятиме протиріччям, що виникають при формуванні і використанні ТПРП, і сприятиме позитивним очікуваним змінам показників, які характеризують ТПРП. Стратегію диференціювання пріоритетів в управлінні ТПРП доцільно розглядати в якості функціональної стратегії, яка є компонентною стратегією вищого порядку. Враховуючи це, побудова таких стратегій має відбуватись на засадах декомпозиції. Формування нової або вибір відомої стратегії з ряду альтернативних необхідно здійснювати із врахуванням факторів внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства, які впливають на ТПРП. Ці фактори, незалежно від їхньої певної автономності, значною мірою взаємопов'язані. Так, з одного боку, цілі ТПРП, як фактор внутрішнього середовища, встановлюються із врахуванням тенденцій на місцевих, регіональних і світових ринках, характеру кон'юнктури, рівня конкуренції тощо. З іншого боку, фактори зовнішнього середовища, зокрема існуюча сегментація ринку, рівень попиту на певний продукт і його ціна значною мірою залежать від таких факторів внутрішнього середовища, як розвиненість евристичних систем менеджменту, здатність суб'єктів управління продукувати креативні ідеї та оперативно комерціалізувати інновації, адаптувати виробничі, комунікаційні, інтелектуальні та інші можливості до потреб і можливостей споживачів і бізнес-партнерів тощо. Враховуючи це, розроблення стратегії диференціювання пріоритетів щодо реалізації ТПРП необхідно здійснювати із врахуванням взаємопов'язаності факторів внутрішнього і зовнішнього середовища ТПРП, а також із врахуванням того, на якій фазі інноваційного процесу перебуває реалізовувана підприємством програма інноваційного розвитку. У результаті виконаних досліджень виявлено, що програми інноваційного розвитку підприємств (ІРП) на різних фазах інноваційного процесу характеризуються різними пріоритетами. Так, на етапі проведення науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт пріоритетом реалізації таких програм є їхня безбитковість. На етапі виробництва і споживання інноваційної продукції – максимізація прибутковості, а на етапі удосконалення та модифікації інноваційної продукції – збільшення тривалості життєвого циклу інноваційної продукції. Врахування цієї особливості під час управління ТПРП сприятиме прискоренню окупності інвестування в ІРП, зниженню ризиковості формування портфелів ресурсів, що використовуються в ІРП, своєчасності ідентифікування резервів підвищення ефективності управління ТПРП і раціональності ухвалення управлінських рішень щодо їхнього використання. Проведені дослідження показали, що протягом аналізованого періоду суб'єкти трансферних відносин, які реалізують програми ІРП, регулярно застосовували різні способи досягнення безбитковості. Найчастіше використовуваними виявились такі методи, як контракція умов виконання проектних робіт, а також страхування ризиків у страхових компаніях, реалізація хеджінгових операцій, розподіл ризику між різними учасниками програм ІРП. Щодо максимізації прибутковості програм інноваційного розвитку суб'єктами трансферних відносин, то до альтернативних варіантів досягнення цього пріоритету належать: цінова диверсифікація, збільшення терміну гарантійного обслуговування і вигідного сервісного обслуговування інноваційної продукції, активізування спекулятивної діяльності на фондовому, валютному або інших ринках, розширення асортименту інноваційної продукції, комбінування двох або більше варіантів реалізації стратегії тощо. Однією з характерних переваг підприємств, які виробляють інноваційну продукцію, є наявність у них можливості встановлювати ціни, які, по суті, є монополюсними, і отримувати надприбутки. Ця перевага виникає тоді, коли інноваційна продукція не має товарів-замінників, і на ринку відсутні компанії, які мають права або технології на виробництво такої самої продукції. На етапі модифікації та удосконалення інноваційних продуктів, як правило, їхні життєві цикли перебувають на таких стадіях, як зрілість і спад обсягів реалізації. З огляду на це, підприємства вимушені встановлювати на інноваційну продукцію конкурентні ціни і вживати певних заходів щодо збільшення тривалості життєвого циклу інноваційної продукції. До таких заходів належать: диверсифікування видів діяльності; створення диференційованих умов реалізації готової продукції; пошук резервів підвищення якості інноваційної продукції, а також можливостей застосування продукції в нових сферах тощо.

1. Георгіаді Н. Г. Інтегровані системи управління економічним розвитком машинобудівних підприємств: [Монографія] / Н.Г.Георгіаді - Львів: Вид-во НУЛП, 2009. – 336 с.
2. Князь С.В. Трансферний потенціал інноваційного розвитку машинобудівних підприємств: [Монографія] / С.В.Князь // Львів: Вид-во НУЛП, 2010. – 332 с.