

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ СТРАТЕГІЯМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПОТЕНЦІАЛУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Шипуліна Ю.С.

Розроблено і обґрунтовано теоретико-методичні підходи до управління на засадах маркетингу стратегіями реалізації потенціалу інноваційного розвитку (ПР) малих і середніх підприємств.

На основі аналізу узагальнення відомих з літератури і практики стратегічних підходів до організації інноваційної діяльності малих і середніх підприємств, що орієнтуються у на ніші ринку, автором виконано їх узагальнену класифікацію. Розроблено матрицю „Товар – технологічні можливості” для прийняття рішень з вибору відповідних підходів у залежності від ступеня унікальності або універсальності нового товару та широти технологічних можливостей підприємства-інноватора (рис. 1). Для кожного з стратегічних підходів визначено найбільш доцільні стратегії реалізації і розвитку ПР та умови їх застосування.

Товар	універсальний	<i>Вертикальні ніші ринку</i>	<i>Вертикальні і горизонтальні ніші ринку</i>
	вужькоспеціалізований	<i>Одна ніша ринку</i>	<i>Горизонтальні ніші ринку</i>
		вужькі	широкі
Технологічні можливості товаровиробника			

Рисунок 1 - Матриця „Товар – технологічні можливості”

Запропоновано структурно-логічну схему управління вибором і реалізацією стратегій інноваційного розвитку потенціалу підприємств-нішерів. Розроблено алгоритм управління вибором стратегій. Визначено умови прийняття рішень про доцільність орієнтації діяльності підприємства-інноватора на ніші ринку, визначено критерії обґрунтування рішень про продовження розробки ніші чи переорієнтацію діяльності на інші ніші.

Отримані результати дозволяють безпосередньо перейти до розробки практичного інструментарію управління вибором стратегій інноваційного розвитку підприємств-нішерів. Подальші дослідження повинні бути спрямовані на конкретизацію і формалізацію розроблених теоретико-методичних підходів відповідно до специфіки конкретних підприємств і особливостей їх умов господарювання.