

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА ШЛЯХОМ ГАРМОНІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНО-ЛОГІСТИЧНИХ ПОТЕНЦІАЛІВ РИНКОВИХ ПАРТНЕРІВ

Інноваційний розвиток підприємства передбачає цільову орієнтацію на укріплення власних ринкових позицій шляхом впровадження технологічних, соціальних, управлінських та інших інновацій. Важливою складовою подібних управлінських інновацій є вдосконалення маркетингу взаємовідносин з ключовими ринковими партнерами: клієнтами, постачальниками, дистриб'юторами, персоналом та ін. Інструментарій вдосконалення надається інноваційним маркетинг-логістичним управлінням, метою якого є взаємне узгодження характеристик поєднуючого партнерів логістичного потоку з перетворенням кількісних, просторових, часових, швидкісних, фазових, вартісних характеристик, оцінок форми та керованості часткових субпотоків (матеріального, фінансового, інформаційного та сервісного) [1, с. 4-8].

Як було доведено нами раніше [2, с. 33], найдієвішим підходом до згаданого узгодження є гармонізація інноваційно-логістичних потенціалів учасників. Процес гармонізації полягає у встановленні відповідності циклічних трансформацій інтегрованих ресурсів інноваційно-логістичного потенціалу в ході трьох послідовних стадій функціонування [3, с. 281-282]:

1) на стадії формування, коли в сукупності вказаних ресурсів найбільшу активність проявляють ті, що складають фінансовий субпотік, достатній для утворення матеріального, інформаційного та сервісного субпотоків. Фінансовий субпотік, таким чином, виступає донором інноваційно-логістичного потенціалу ринкових партнерів. На зазначеній стадії формування механізмом взаємного узгодження ресурсів інноваційно-логістичного потенціалу є зміна термінів та умов сплати. У економічній історії України вказаний період відповідав 90-м рокам ХХ сторіччя, коли основна увага представників виробничого сектору, науки та органів державного керування була прикута до залучення додаткових інвестицій з-за меж країни;

2) на стадії адаптації інтегрованість ресурсів посилюється; донором спочатку стає логістично-інноваційний потенціал матеріального субпотоків. Вдосконалення взаємовідносин з ринковими партнерами дозволяє пристосовувати характеристики матеріальних субпотоків до вимог кінцевих споживачів шляхом техніко-технологічного оновлення виробництва, одночасно знижуючи відповідні витрати партнерів. Наприкінці стадії адаптації донором ресурсів стає інноваційно-логістичний потенціал інформаційного субпотоків. Зниження матеріальних витрат досягалось за рахунок використання резервів інноваційно-логістичного потенціалу, що стали досяжними завдяки посиленню інформаційної мережі. Саме у такий період виник вираз «той, хто володіє інформацією, володіє світом»;

3) стадії розвитку відповідає найвища інтегрованість та взаємне донорство логістичних ресурсів з утворенням високорозвиненого сервісного субпотоків, який найбільшою мірою задовольняє інноваційно-логістичні потреби усіх ринкових партнерів. Ілюстрацією коректності такого твердження виступає посилення сучасних дослідників на зростання саме сервісних витрат підприємств на тлі мінімізації виробничих витрат. По закінченні стадії розвитку спільний інноваційно-логістичний потенціал переходить на принципово новий рівень існування, з виходом на нову стадію свого формування.

Розуміючи процеси, притаманні власному інноваційно-логістичному потенціалу та аналогічним потенціалам інших ринкових суб'єктів, підприємство може проводити обґрунтований вибір стратегічних партнерів, оптимізуючи стан маркетингу взаємовідносин. В ході конкретизації таких партнерів необхідно враховувати очікувані процеси збереження майже незмінних параметрів логістичного потоку або його непередбачуваних біфуркацій. Методичною основою подібної оцінки виступає фрактальний аналіз, алгоритм якого був нами модифікований з урахуванням вимог маркетинг-логістичного управління [4, с. 142-143]. Застосування наведеного алгоритму дозволить певною мірою зменшити ризикованість інноваційного розвитку підприємств.

Таким чином, послідовне застосування розроблених нами методик сприяє стабілізуванню інноваційного розвитку підприємств.

1. Іванова К.В. Оцінка стану та перспектив внутрішньої синхронізації логістичного потоку в аспекті вдосконалення маркетинг-логістичного управління підприємством / К.В. Іванова // Економіка. Фінанси. Право. – 2013. – № 7/1. – С. 3-9.

2. Іванова К.В. Удосконалення управління інноваційним потенціалом промислових підприємств на засадах гармонізації : монографія / К.В. Іванова, О.А. Овечкіна, І.З. Должанський. – Донецьк: Вид-во «Ноулідж» (Донецьке відділення), 2012. – 273 с.

3. Іванова К.В. Посилення логістичних зв'язків підприємства шляхом зовнішньої гармонізації інноваційного потенціалу / К.В. Іванова // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності: Збірник наукових праць. – Маріуполь: ДВНЗ «ПДТУ», 2013. – Вип. 1, Т. 1. – 392 с. – С. 281-284.

4. Іванова К.В. Обґрунтування оцінки та вибору логістичних партнерів за характеристиками матеріального потоку / К.В. Іванова // Економіка і управління: виклики та перспективи : збірник матеріалів міжнародної науково-практичної інтернет-конференції 4-5 лютого 2013 р., Дніпропетровськ. – Дніпропетровськ : «Герда», 2013. – 402 с. – С. 142-143.

Іванова, К. В. Забезпечення інноваційного розвитку підприємства шляхом гармонізації інноваційно-логістичних потенціалів ринкових партнерів [Текст] / К. В. Іванова // Маркетинг інновацій і інновації у маркетингу : збірник тез доповідей VII Міжнародної науково-практичної конференції, 26-28 вересня 2013 р. / Відп. за вип. Ю.М. Гладенко. - Суми : ТОВ "ДД "Папірус", 2013. - С. 96-98.