

РОЗРОБЛЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЗМІН ВЕКТОРУ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Професор Ілляшенко С.М.,
Сумський державний університет

В сучасних умовах зміни вектору розвитку економіки України для вітчизняних підприємств особливої актуальності набуває уміння своєчасно виявити перспективні ринкові можливості інноваційного зростання для реалізації яких є необхідні і достатні внутрішні і зовнішні умови, розробити ефективну стратегію управління їх реалізацією. Розроблення інноваційної стратегії підприємства надасть можливість оперативного реагувати на зміни, що перманентно відбуваються у зовнішньому середовищі, приводити у відповідність до цих змін його потенціал інноваційного розвитку шляхом впровадження продуктових, технологічних та ін. інновацій.

З урахуванням викладеного, автором запропоновано теоретико-методологічний підхід до розроблення відповідної стратегії. Він передбачає поетапне виконання таких комплексів робіт:

1. Виділення і обґрунтування перспективних з комерційної точки зору напрямів науково-технологічного інноваційного розвитку галузі у якій функціонує підприємство. Для цього пропонується поєднання маркетингових прогнозів - для виявлення найбільш імовірних тенденцій зміни споживчого попиту на цільових ринках, з експертними оцінками стану розвитку науки і техніки - для визначення можливостей втілення наявних і перспективних науково-технічних розробок галузі у нові продукти, технології їх виготовлення і просування на ринку які б відповідали існуючим і перспективним запитам споживачів.

2. Стратегічний аналіз ринкових позицій підприємства, виявлення невідповідностей внутрішніх можливостей розвитку зовнішнім. Оцінка можливостей посилення його ринкових позицій за рахунок створення і впровадження інновацій: SWOT-аналіз; SNW-аналіз; PEST-аналіз. Визначення на цій основі перспективних напрямів інноваційного розвитку аналізованого підприємства.

3. Аналіз поточного стану потенціалу інноваційного розвитку підприємства (ПП), а також оцінку його достатності для реалізації перспективних напрямів інноваційного зростання аналізованого підприємства. Для аналізу стану ПП доцільно застосувати підходи, які передбачають оцінку стану окремих його потенціалів-підсистем ПП і їх елементів та порівняння з критичними значеннями. За результатами аналізу обирають варіанти для реалізації яких є достатній ПП.

4. Виконання комплексу НДДКР а також робіт маркетингу інновацій у ході яких формується стратегія інноваційного розвитку підприємства: як різновид класичної інноваційної стратегії (наступальна, захисна, змішана, ліцензування тощо), або ж як стратегія інноваційного випередження, яка передбачає активний пошук і реалізацію своїх потенційних переваг, зайняття провідних позицій у тих видах діяльності, де для цього є необхідні і достатні умови. Маркетинг інновацій передбачає виконання комплексу робіт пов'язаних з орієнтацією процесів розроблення, виробництва і збуту інноваційної продукції на задоволення запитів споживачів, формування і стимулювання попиту. НДДКР – робіт, пов'язаних з втіленням досягнень науки і техніки в інноваційну продукцію, здатну задовольнити запити споживачів та принести прибуток їх розробнику і виробнику.

5. Деталізація і проробка стратегії інноваційного розвитку на трьох рівнях узагальнення:

- корпоративному, на якому розробляються загальні засади інноваційної стратегії як складової загальноекономічної стратегії розвитку;
- бізнес-рівні, на якому розробляють заходи щодо створення й впровадження інновацій для кожної зі стратегічних бізнес-одиниць (СБО);
- товарному, на якому розробляють товарну інноваційну стратегію і маркетингові програми з просування кожної з товарних інновацій (у межах окремих СБО) на ринку.

6. Вибір оптимальної схеми реалізації портфелю інноваційних проектів у межах обраної стратегії інноваційного розвитку. Їх реалізація може відбуватися за різними схемами: послідовно, паралельно, паралельно-послідовно (послідовно-паралельно). При цьому підприємство може одночасно продовжувати виготовлення і реалізацію традиційних видів продукції. Відповідно, вибір раціональної схеми впровадження портфелю інноваційних проектів повинен включати порівняльний аналіз економічної ефективності порівнюваних варіантів з урахуванням факторів ризику. Він повинен також враховувати ресурсні, ринкові та ін. обмеження.

Отримані результати розвивають теорію інноваційного менеджменту підприємств в частині розроблення і обґрунтування підходів до розроблення адаптивної стратегії їх інноваційного розвитку в умовах зміни вектору розвитку національної економіки. Їх практична реалізація надає змогу істотно підвищити ефективність управління інноваційним розвитком підприємств на сучасному етапі перманентно нестационарного розвитку світової економіки, що спричинений зміною циклів економічного розвитку (завершенням 5-го і початком 6-го), підвищити їх конкурентоспроможність та знизити інноваційні ризики, сформувати передумови посилення ринкових позицій на вітчизняних і міжнародних ринках.

Ілляшенко С.М. Розроблення інноваційної стратегії підприємства в умовах змін вектору розвитку національної економіки / С.М. Ілляшенко // Економічні проблеми сталого розвитку: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції імені проф. Балацького О.Ф. (м. Суми, 11–12 травня 2016 р.): у 2 т. / за заг. ред. О. В. Прокопенко. – Суми: Сумський державний університет, 2016. – Т. 2. – С. 61-63.