

УДК 338.001.36

М'ячин В.Г.

кандидат технічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки промисловості та організації виробництва
Українського Державного хіміко-технологічного університету

ХАРАКТЕРИСТИКА ТА ОСНОВНІ МЕТОДИ ВИБОРУ СТРАТЕГІЙ ПІДВИЩЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

KEY CHARACTERISTICS AND METHODS CHOICE OF STRATEGIES INCREASE INNOVATION POTENTIAL OF INDUSTRIAL ENTERPRISES

АНОТАЦІЯ

У статті проаналізовано основні стратегії інноваційного розвитку промислових підприємств, вибір яких є стрижневим моментом процесу їх формування та реалізації. Показано, що вибір стратегій інноваційного розвитку здійснюється за допомогою як традиційних матричних методів, так і новітніх, зокрема, за допомогою методу нечіткої логіки.

Ключові слова: інноваційний потенціал, інноваційний розвиток, вибір стратегії, метод, нечітка логіка, ключові критерії.

АННОТАЦИЯ

В статье проанализированы основные стратегии инновационного развития промышленных предприятий, выбор которых является ключевым моментом процесса их формирования и реализации. Показано, что выбор стратегии инновационного развития осуществляется с помощью как традиционных матричных методов, так и новых, в частности, с помощью метода нечеткой логики.

Ключевые слова: инновационный потенциал, инновационное развитие, выбор стратегии, метод, нечеткая логика, ключевые критерии.

ANNOTATION

The article analyzes the main strategies of innovative development of industrial enterprises, the choice of which is the key point of the process of their formation and implementation. It is shown that the choice of innovation development strategy is carried out using both traditional matrix methods and new ones, in particular, using the fuzzy logic method.

Keywords: innovative potential, innovative development, strategy choice, method, fuzzy logic, key criteria.

Постановка проблеми. Сучасний стан ефективного виробництва та розвитку промислових підприємств залежить від рівня використання та впровадження ними інновацій. Першим етапом у формуванні та реалізації інноваційної стратегії підприємств є вибір інноваційної стратегії. У наш час це є певною проблемою, тому що підхід значної кількості вітчизняних промислових підприємств до вибору стратегії не є всебічно обґрунтованим через недостатню теоретичну розробку цього питання. У кризових економічних умовах функціонування та подальший розвиток промислових підприємств безпосередньо залежить від їхньої інноваційної активності.

Для вибору стратегії інноваційного розвитку промислових підприємств найбільш прийнятним буде такий метод, який дасть змогу ліквідувати недостатність даних, що використовуються в оцінці певної стратегії, і знизити ймовірність помилок експертів, які виробляють такі оцінки. Саме тому такі сучасні інстру-

менти, як нечітко-множинний підхід та нечіткі когнітивні карти найбільш прийнятні, дають експертам змогу мислити категоріями, віднесеними до конкретних об'єктів досліджень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Велика кількість дослідників вітчизняних та закордонних наукових шкіл приділяють значну увагу проблемі вибору стратегії підвищення інноваційного потенціалу.

Питанню сутності та видів стратегії підвищення інноваційного потенціалу промислових підприємств, а також методам вибору стратегії формування та розвитку інноваційного потенціалу присвячена значна кількість наукових розробок провідних вітчизняних закордонних вчених – А. Аганбегяна, І. Ансоффа, Ю. Берлинера, Л. Бляхмана, Н. Брюховецької, Л. Водачека, В. Гейця, С. Глаз'єва, А. Градова, П. Друкера, С. Ілляшенка, Б. Лісіна, І. Кокуріна, С. Кочеткова, Р. Кристинсена, Б. Мільнера, К. Опенлендера, В. Павлової, О. Паршиної, Р. Сафіна, О. Соколової, П. Уайта, Р. Фатхутдінова, С. Хеймана, А. Чандлера, В. Чуділіної, Й. Шумпетера, Ю. Яковця та ін.

З огляду на досить велику кількість наукових поглядів щодо розуміння соціальної та економічної сутності інноваційного потенціалу промислового підприємства варто зазначити, що натеper відсутня єдина консолідована думка щодо методів вибору інноваційної стратегії, з появою нових інструментів кількість методів постійно збільшується, а тому заявлена тема статті щодо характеристики стратегій інноваційного розвитку промислових підприємств та їх вибору є актуальною, особливо на сучасному етапі бурхливого розвитку інформаційних технологій.

Мега статті – охарактеризувати наповнення поняття «стратегія інноваційного розвитку», визначити основні критерії, за якими визначаються найбільш відомі стратегії, проаналізувати методи вибору стратегії підвищення інноваційного потенціалу промислового підприємства, показати переваги та недоліки певних методів на різних стадіях розвитку підприємства та залежно від його внутрішнього та зовнішнього середовища.

Виклад основного матеріалу дослідження. Стратегія – програма, план, генеральний курс

суб'єкта управління щодо досягнення ним стратегічних цілей в будь-якій області діяльності [1].

У сучасній економічній енциклопедії [2] поняття «стратегія підприємства» трактується як узагальнена модель дій, спрямованих на досягнення мети через розподіл, координацію та ефективне використання ресурсів, система правил і способів реалізації стратегічної концепції розвитку підприємства.

Відомий фахівець в галузі інноваційного менеджменту С.М. Ілляшенко [3] вважає, що розв'язання проблеми вибору (формування) стратегії інноваційного розвитку потенціалу підприємства можливе шляхом створення системи цілеспрямованого управління пошуком і розробкою ніш ринку переважно на підставі нової продукції, нових методів організації її виробництва та збуту.

Автор запропонував три стратегічних підходи щодо вибору інноваційного розвитку підприємств-нішерів, такі як орієнтація на одну нішу, орієнтація на вертикальні ніші та орієнтація на горизонтальні ніші. Залежно від вибору стратегічного підходу С.М. Ілляшенко розглядає чотири стратегії – стратегію концентрації зусиль, стратегію збереження конкурентних переваг, стратегію нарощування зусиль та стратегію елімінації і переорієнтації на інші ніші.

Автор О.М. Дупляк [4] у дослідженні питання вибору стратегії інноваційного розвитку пропонує перелік з одинадцяти інноваційних стратегій, таких як стратегія лідерства, пасивно-наступальна стратегія, стратегія кидання виклику, стратегія цінового лідерства, стратегія ринкової ніші, стратегія диференціації, стратегія орієнтації на незначні наукоємні фірми, імітаційна стратегія, стратегія упереджувальних ударів, стратегія очікування, опортуністична стратегія. На жаль, автор цієї роботи не надає характеристики означеним моделям, але використовує їх для побудови матриці стратегій інноваційного розвитку.

Інша група дослідників [5] не тільки пропонує чотири види стратегій інноваційного розвитку виробничих підприємств, а й надає кожній із них у відповідність групу критеріїв.

До першої стратегії інноваційного розвитку – активної наступальної – вона відносить дуже високі темпи оновлення і розширення основних фондів (понад 20%), збільшення обсягів фінансування інновацій (понад 30%), високе зростання масштабів виробництва (понад 20% на рік), зростання прибутку (більш ніж 20% на рік).

Другу стратегію – активну оборонну – автори характеризують регулярним підвищенням технологічного рівня підприємства не менш ніж 10% на рік, зростанням обсягів виробництва понад 10% на рік, збільшенням обсягів фінансування інновацій понад 20% на рік, використанням позикових коштів, можливістю залучення іноземних інвестицій.

Третя стратегія – активна імітаційна – характеризується рівнем інноваційної активності не

нижче ніж 10%, збільшенням обсягів фінансування інновацій понад 10% на рік, використаням власних коштів підприємства як основного джерела фінансування інновацій.

Четверта, пасивна стратегія інноваційного розвитку характеризується відсутністю скорочення обсягів виробництва продукції, низькими темпами оновлення основних фондів підприємства (3–5%), низьким рівнем інноваційної активності.

На відміну від традиційної класифікації видів стратегій Д.С. Шийко [6] пропонує комплексну стратегію – вид інноваційної стратегії, яка передбачає постійну інноваційну активність на відміну від загальної стратегії підприємства. На жаль, як і автори більшості проаналізованих робіт, цей автор не надав детальних критеріїв запропонованим ним моделям інноваційного розвитку підприємств, організацій та господарських утворень у промисловості.

Автором [7] інноваційна стратегія розглядається як взаємопов'язаний комплекс дій з урахуванням зовнішнього середовища і внутрішнього потенціалу, що забезпечує досягнення цілей корпорації, а всі інноваційні стратегії поділяються на три групи залежно від стратегічних цілей корпорації – стратегії випереджувального зростання, стратегії поступового зростання та стратегії утримання позиції на ринку.

А.М. Батьковським та А.П. Мерзляковою [8] всі стратегії інноваційного розвитку пропонується поділити на три основні групи – стратегії проведення НДДКР, стратегії масового виробництва інноваційної продукції, що була створена раніше.

Таким чином, серед проаналізованих праць робота [5] найбільшою мірою конкретизує критерії за кількісними та якісними показниками, які, на наш погляд, легко піддаються залученню як кількісні та лінгвістичні змінні у побудові нечітко-логічних моделей стратегій інноваційного розвитку.

Розглянувши вище основні види стратегій інноваційного розвитку промислових підприємств та основні критерії, за якими ці стратегії характеризуються, зупинимося га характеристиці основних методів вибору означених стратегій.

С.М. Ілляшенко [3] як інструментарій вибору інновацій стратегій була запропонована матриця «товар – технологічні можливості виробника», за допомогою якої можна обґрунтовано здійснювати вибір цих стратегічних підходів залежно від ступеня унікальності або універсальності товару та широти технологічних можливостей виробника.

Для вибору інноваційних стратегій О.М. Дупляк [4] пропонує матрицю їх вибору, яка базується на двох показниках – адаптивних складниках інноваційного потенціалу та окремих показниках оцінки фінансової стійкості. Зони дозволених значень визначаються за допомогою шкали бажаності Харінгтона.

Є.І. Марковська та А.В. Бурковська [9] пропонують нечітко-логічний підхід щодо прийняття рішень стратегічним інвестором. Авторами була висунута пропозиція щодо залучення стратегічними інвесторами додаткових параметрів – показника вартості нематеріальних активів *Goodwill* та коефіцієнта заборгованості компанії *Debt* – поряд із такими показниками, як чиста теперішня вартість (*NPV*), внутрішня норма рентабельності (*IRR*), індекс прибутковості (*PI*) та період окупності (*PBP*).

На думку цих авторів, метод нечіткої логіки може бути використаний стратегічним інвестором тоді, коли є потреба оцінити значну кількість параметрів, що впливають на проект, та думку інвестора. Потрібно зауважити, що опису аналітичної платформи, на якій виконувалося моделювання, приділено непропорційно малу увагу, зокрема, в роботі не прописані вид та параметри функцій належності, не вказаний вид нечіткого висновку та ін.

Автор роботи [10] звертає увагу на підхід до вибору стратегічних ініціатив, які надають Р.Г. МакГрег та І.К. МакМіллан. Вчені зазначають, що вибір інноваційних стратегій можливо здійснювати завдяки побудові карти портфеля можливостей. Усі проекти, що реалізуються компанією, можливо класифікувати за показниками технічної та ринкової невизначеності. На карті портфеля можливостей всі проекти класифікуються за категоріями проектів, що зміцнюють, проектів запуску платформ, проектів позиціонування, розвідувальних проектів та проектів-плацдармів.

Е.Л. Доржиевою [7] пропонується матриця вибору інноваційної стратегії підприємства залежно від ступеня радикальності інновацій, що впроваджуються (низький, середній та високий), та інноваційного потенціалу (незначний, середній, значний). Матриця являє собою квадрат, сформований по двох осях – рівень радикальності інновацій (вертикальна вісь) та інноваційний потенціал (горизонтальна вісь).

На думку О.М. Батьковського та А.П. Мерзлякової [8], для побудови моделі оцінки інноваційної стратегії підприємства потрібно залучити необхідний розрахунково-аналітичний інструментарій, у вигляді якого автори статті пропонують використовувати такі методи, як математичний аналіз, метод лінійного програмування, метод динамічного програмування, теорію ігор, теорію масового обслуговування, теорію ймовірностей, стохастичного програмування, параметричного програмування. Для оцінки економічного ефекту від реалізації інноваційної стратегії вказані автори пропонують моделі стійкого інноваційного розвитку, ефективності використання інноваційного потенціалу підприємства та інноваційного ефекту розвитку капіталу.

Авторами [12, 13, 14] подані нечітко-логічні моделі для побудови інноваційного потенціалу промислового підприємства, що є підставою для розробки стратегії інноваційного розвитку.

Автор робіт [15, 16] для прогнозування шляхів інноваційного розвитку машинобудівних підприємств використовує метод нечітких когнітивних карт, який дає змогу визначати певну стратегію в умовах обмеження інформації щодо прийняття стратегічних рішень.

Висновки. Проведені дослідження показали, що значна кількість авторів не деталізує поняття стратегії інноваційного потенціалу. Серед проаналізованих робіт лише в роботі Р.Ф. Сафіна та О.М. Соколової найбільшою мірою конкретизуються критерії за кількісними та якісними показниками, які, на наш погляд, легко піддаються залученню як кількісні та лінгвістичні змінні у побудові нечітко-логічних моделей стратегій інноваційного розвитку.

Встановлено, що серед основних методів вибору інноваційних стратегій присутні як традиційні матричні методи, так і сучасні, до яких можна віднести метод нечіткої логіки та нечітких когнітивних карт.

Оскільки від вибору стратегії інноваційного розвитку залежить її формування та реалізація, подальші дослідження будуть спрямовані на побудову алгоритму нечітко-логічної моделі, що найбільш повно характеризує стратегії інноваційного розвитку та враховує велику кількість факторів, що впливають на них. Потребують наповнення та належної якісної та кількісної оцінки також критерії, що характеризують стратегії інноваційного розвитку.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент / Р.А. Фатхутдинов / Учебник. – М.: Дело, 2005. – 448 с.
2. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т.3 / Редкол.: С.В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К.: Видавничий центр «Академія», 2002. – 952 с.
3. Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу: Монографія / за ред. д.е.н., професора С.М. Ілляшенка. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2008. – 615 с.
4. Дупляк О.Н. Комплексный подход оценки уровня инновационного потенциала промышленного предприятия / О.Н. Дупляк // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. – 2013. – 2013. – № 4 (25). – С. 52–55.
5. Сафин Р.Ф. Процесс формирования стратегии инновационного развития производственного предприятия / Р.Ф. Сафин, О.Н. Соколова // Вестник Алтайского государственного аграрного университета. – 2011. – № 1(75). – С.109–116.
6. Шийко Д.С. Развитие инновационной стратегии управления предприятием, организацией и хозяйственными образованиями в промышленности / Д.С. Шийко // Экономика, Статистика и Информатика. – 2011. – № 2. – С.133–136.
7. Доржиева Е.Л. Инновационная стратегия развития корпорации: выбор и реализация / Е.Л. Доржиева // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – № 2(164). – 195–198.
8. Батьковский А.М. Оценка инновационных стратегий предприятия / А.М. Батьковский, А.П. Мерзлякова // Вопросы инновационной экономики. – 2011. – № 7. – С. 10–17.
9. Марковская Е.И. Метод Fuzzy Logic: практика применения в процессе принятия решения стратегическим инвесто-

- ром / Е.И. Марковская, А.В. Бурковская // В книге: Инновационная экономика и промышленная политика региона (ЭКОПРОМ-2016), Труды международной научно-практической конференции. под редакцией А.В. Бабкина. – 2016. – С. 459–482.
10. Шигаев А.И. Стратегический анализ портфеля проектов для обеспечения финансовой устойчивости развития предприятий на основе повышения инновационного потенциала / А.И. Шигаев // В сборнике: Проблемы развития предприятий: теория и практика. Материалы 15-й Международной научно-практической конференции, посвященной 85-летию Самарского государственного экономического университета: в 2-х частях. – 2016. – С. 125–127.
11. Батьковський А.М. Формирование инновационных стратегий развития предприятий оборонно-промышленного комплекса / А.М. Батьковський, М.А. Батьковський // Новая наука: Теоретический и практический взгляд. – 2016. – № 9 (99). – С.157–162.
12. Павлова В.А. Оценка инновационного потенциала машиностроительного предприятия методом нечетких множеств / В.А. Павлова, В.Г. Мячин, А.Г. Жукова // Бюллетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму «Світова економіка XXI століття: цикли та кризи», 2013. – № 1(6) – С. 257–266.
13. Паршина О.А. Управління конкурентоспроможністю машинобудівної продукції: моногр. / О.А. Паршина. – Дніпропетровськ: Національний гірничий університет, 2008. – 280 с.
14. Parshina E.A. Synergetical approach to the management of product's competitiveness. // Scientific Reports on Recourse Issues 2010. – Freiberg: Technische Universität Bergakademie Freiberg, Germany, Volume 1, 2010. – P. 398–404.
15. М'ячин В.Г. Алгоритм побудови когнітивної карти формування інноваційного потенціалу машинобудівного підприємства / В.Г. М'ячин // Науковий вісник Херсонського державного університету: Серія Економічні науки. – Херсон: ХДУ. – 2014. – Вип. 9. – С. 91–95.
16. М'ячин В.Г. Динамічне моделювання інноваційного потенціалу машинобудівного підприємства / В.Г. М'ячин // Науковий вісник Херсонського державного університету: Серія Економічні науки. – Херсон: ХДУ. – 2014. – Вип. 9. – С. 96–99.