

## **ЗНАННЯ ЯК ОСНОВА СТРАТЕГІЙ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ**

С.М. Ілляшенко

д.е.н., професор, професор кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин НТУ «ХП», професор Економіко-гуманітарного університету, м. Бельсько-Бяла, Польща,

Н.С. Ілляшенко

д.е.н., доцент, доцент кафедри економічної кібернетики та маркетингового менеджменту НТУ «ХП»

Світовий досвід переконливо доводить, що в період трансформації технологічних укладів відбувається «творче руйнування» існуючих галузей і ринків. Це надає шанси підприємствам- втілити досягнення науки і техніки у галузі підприємства чи суміжних галузях в інноваційні продукти, технології їх виготовлення, методи управління на усіх стадіях виробництва та реалізації продукції, сформувані на цій основі і реалізувати відносні конкурентні переваги, перейти на шлях стійкого інноваційного розвитку. Аналіз літературних джерел і практики діяльності підприємств лідерів інноваційного зростання свідчить, що в основі їх ринкового успіху лежать актуальні знання: щодо тенденцій зміни умов зовнішнього мікро- і макросередовища; проблем які спричиняють ці зміни у фактичних і потенційних споживачів продукції галузі підприємства чи суміжних галузей; тенденцій на фактичних чи потенційних ринках продукції галузі підприємства чи суміжних галузей; тенденцій НТП у галузі підприємства; потенціалу інноваційного розвитку (ПІР) підприємства, який розглядається [1] як сукупність інноваційних ресурсів і здатностей до їх реалізації, що визначають можливості підприємства розвиватися інноваційним шляхом (включає ринковий, інноваційний і виробничо-збутовий потенціали-підсистеми).

Знання розглядаються як здатність застосовувати певну сукупність фактів і правил оперування ними для розв'язання завдань у певній предметній галузі. У даному дослідженні мова йде про документовані формалізовані знання: наукові (гіпотези, теорії, закономірності, закони, поняття і т.п. як теоретичні, так і емпіричні); професійні (навички, прийоми, уміння, досвід, ноу-хау тощо); техніко-технологічні (винаходи, креслення, технології, ноу-хау, процедури, алгоритми тощо). В контексті управління інноваціями знання мають дуалістичну природу: вони є основою прийняття ефективних управлінських рішень; вони є результатом інноваційної діяльності втіленим у продуктиві чи процесні інновації (рис. 1).



Рис. 1. Види вхідних і вихідних знань на етапах вибору напрямів і стратегій інноваційного розвитку підприємства (авторська розробка)

На рис. 1 відображено сутність основних етапів процесу вибору напрямів і стратегій інноваційного розвитку підприємства. Слід також зазначити, що у процесі прийняття інноваційних рішень урахуються також неформалізовані недокументовані знання: життєвий досвід, інтуїція і т.п.

У табл. 1 прийняті наступні позначення: м, с, в – відповідно мале, середнє та велике підприємство; цифрові позначення Х, Х, Х – нормалізована оцінка потенціалів-підсистем ПІР підприємства (ринкового, інтелектуального, виробничо-збутового), Х приймає значення 1 якщо рівень відповідної підсистеми є достатнім, 0 – якщо ні.

Таблиця 1 – Варіанти інноваційного процесу та відповідні їм типи стратегій інноваційного розвитку підприємства (побудовано на основі [2, 3])

Тип стратегії	Тип інноваційного бізнесу	Етапи інноваційного циклу				Етапи життєвого циклу			
		Генерування ідеї і розробка	Бізнес-аналіз	Розробка товару	Ринкові випробування	Виведення на ринок	Зростання обсягів збуту	Зрілість	Виведення з ринку
1. Ліцензування, м	Венчурний	0, 1, 0							
2. Імітаційна, м			1, 1, 0						
3. Ліцензування, м		1, 1, 0							
4. Імітаційна, м	Експлерент					1, 0, 0			
5. Нішера, м	Патієнт						1, 1, 1		
6. Традиційна (захисна), в, с	Віолент							1, 0, 1	
7. Нішера, м	Комутант							0, 1, 1	
8. Імітаційна, в, с	Комбінований		1, 0, 1						
9. Наступальна, в, с		1, 1, 1							
10. Захисна, в, с							0, 1, 1		

Позначені у табл. 1 стратегії інноваційного розвитку можна згрупувати наступним чином:

- 5, 6, 7, 10 є захисними, вони передбачають незначні вдосконалення існуючих інноваційних розробок з метою утримання на ринку;

- 2, 4, 8 – помірно наступальними (на рівні лідера), передбачають постійне наслідування та конкуренцію з лідером;

- 1, 3, 9 – випереджальними, передбачають використання випереджаючих «проривних» інновацій для зайняття лідируючих позицій на ринку.

Узагальнюючи викладене слід зазначити, що представлені результати розкривають роль і значення знань у розробленні стратегій інноваційного розвитку підприємств. Обґрунтовано дуалізм знань у інноваційному процесі, які є основою прийняття ефективних управлінських рішень (вхідні знання) і одночасно, - їх результатами (вихідні знання). Систематизовано види вхідних і вихідних знань стосовно типів стратегій інноваційного розвитку підприємства.

Подальші дослідження повинні бути спрямованими на розроблення системи управління знаннями в контексті забезпечення умов інноваційного розвитку підприємства.

### Література

1. Шипуліна Ю.С. Показники, критерії і методика діагностики інноваційного потенціалу промислового підприємства. *Маркетинг і менеджмент інноваційного розвитку: монографія* / за заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. Суми: ВТД "Університетська книга", 2006. С. 321-349.

2. Iliashenko S.M., Shypulina Y.S., Iliashenko N.S. Knowledge management as a basis for innovative development of the company. *Actual Problems of Economics*. 2015. 6 (168). P. 173-181.

3. Iliashenko Sergii. Knowledge management at industrial enterprises in the context of forming their innovative development strategies. *Systemy informacyjne i zarządzanie wiedzą. Wybrane zagadnienia* / red. Seweryn Spalek. – Warszawa: Wydawnictwo CeDeWu, 2020. P. 95-109.