

Ілляшенко С.М., д.е.н., професор, професор кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин,
*Національний технічний університет «ХП»;
Економіко-гуманітарний університет, м. Бельсько-Бяла, Польща*

Шипуліна Ю.С., д.е.н., професор,
професор кафедри маркетингу,
Національний технічний університет «ХП»

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ТОВАРНОЮ ІННОВАЦІЙНОЮ ПОЛІТИКОЮ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЧЕТВЕРТОЇ ПРОМИСЛОВОЇ РЕВОЛЮЦІЇ

В наш час набирає силу четверта промислова революція (ІР4), технології якої спричиняють кардинальні зміни практично у всіх сферах людської діяльності: економіці, державному управлінні, побуті, медицині, освіті тощо. Ці зміни є особливо значними у галузі промисловості, розвиток якої впливає на темпи НТП в інших галузях національної економіки. Впровадження технологій ІР4 дозволяє різко підвищити продуктивність промислового виробництва, а також конкурентоспроможність як окремих підприємств, так і національних економік, забезпечує умови їх інноваційного зростання.

Проте є і інша сторона цього процесу: згортання традиційних виробництв, галузей та ринків і виникнення нових; функціональне безробіття; соціально-економічні потрясіння в країнах, які не змогли своєчасно зреагувати на зміну техніки і технологій, методів управління тощо. З позицій окремих підприємств виникає дисбаланс між внутрішніми можливостями розвитку і зовнішніми, які швидко змінюються.

Практика свідчить, що ефективним способом приведення у відповідність до зовнішніх внутрішніх можливостей розвитку є створення (як варіант - придбання на стороні патентів, стартапів, ліцензій на виготовлення тощо) і впровадження (комерціалізація) інновацій. У контексті викладеного – інновацій, що базуються на інформаційно-комунікаційних технологіях ІР4 і дозволяють реалізувати їх переваги, закласти підвалини інноваційного зростання (в т.ч. у руслі концепції інноваційного випередження) конкретних підприємств на національному чи міжнародних ринках.

Зважаючи на викладене запропоновано підхід до управління товарною інноваційною політикою промислового підприємства, який враховує особливості економічного розвитку спричинені ІР4. Вибір конкретних варіантів товарної інноваційної політики передбачено здійснювати у кілька взаємопов'язаних етапів.

1. Аналіз факторів зовнішнього (макро- і мікро-) і внутрішнього середовища, що окреслюють перспективні напрями інноваційного розвитку підприємства. До зовнішніх факторів віднесено: світові тенденції розвитку і впровадження техніки і технологій ІР4; тенденції розвитку і впровадження техніки і технологій ІР4 у галузі аналізованого підприємства, а також у галузі основних груп споживачів (фактичних і потенційних); існуючі та прогнозовані



(латентні) проблеми основних груп споживачів (фактичних і потенційних) спричинені ІР4; інноваційна культура економічних контрагентів (у першу чергу споживачів) та контактних аудиторій на цільових ринках (фактичних чи потенційних). До внутрішніх факторів віднесено: потенціал інноваційного розвитку підприємства; його інноваційна культура. Зібрані і систематизовані інформація і знання є основою прийняття стратегічних рішень з управління інноваційним розвитком.

2. Визначення перспектив розвитку галузі аналізованого підприємства в умовах ІР4. Виконується експертним методом на основі порівняння тенденцій розвитку галузі і загальносвітових тенденцій. Залежно від їх співвідношення виділяють можливі напрями розвитку [1]:

- випереджаючий (тенденції розвитку аналізованої галузі випереджають загальносвітові);
- на рівні лідера (галузь розвивається у руслі світових тенденцій);
- наздоганяючий (розвиток галузі відстає від світових тенденцій);
- згортання (галузь не має перспектив в існуючих умовах).

Виконаний таким чином аналіз перспектив розвитку дозволяє обґрунтовано оцінити доцільність і можливий напрямок продовження діяльності підприємства в аналізованій галузі, або ж переорієнтації на іншу галузь (започаткування нової галузі).

3. Обґрунтування перспективних напрямів інноваційного розвитку підприємства (див. п. 2) та конкретизація в їх рамках варіантів товарної інноваційної політики:

- створення радикальних (піонерних) інновацій, які можуть започаткувати нову галузь (сукупність галузей);
- введення нової товарної лінії чи виведення існуючої;
- модифікації існуючої товарної лінії (ліній): витягування вгору чи вниз; скорочення вгору чи вниз;
- модифікації (властивостей, дизайну) чи репозиціонування існуючих товарних одиниць тощо.

Виконується на основі порівняння рівнів інноваційної культури аналізованого підприємства і суб'єктів інноваційного процесу на цільових ринках (методичні засади оцінки рівнів і їх порівняння викладено у [2, 4]). При цьому ураховують можливості вирішення фактичних чи потенційних (очікуваних) проблем споживачів при реалізації обраних варіантів товарної інноваційної політики.

Аналіз і порівняння інноваційної культури суб'єктів цільового ринку і аналізованого підприємства-інноватора дозволяє визначити спроможність і готовність перших сприйняти і використовувати інновації у своїй діяльності, а також спроможність і готовність других (товаровиробників) створити, виготовити і комерціалізувати інновації.

4. Оцінка достатності потенціалу інноваційного розвитку підприємства для реалізації обраного варіанта (варіантів) товарної інноваційної політики (за



відомою методикою [4]), або ж можливості його підвищення (за умов недостатності його рівня). Виконується як за окремими складовими (їх елементами), так і за потенціалом інноваційного розвитку у цілому. У випадку неможливості забезпечення достатнього рівня потенціалу інноваційного розвитку для реалізації обраного варіанту товарної інноваційної політики, проводять перегляд/уточнення напрямів інноваційного розвитку, а в їх руслі - варіантів товарної інноваційної політики.

5. Деталізація товарної інноваційної політики, зокрема, стосовно:

- характеристик обраних цільових ринків, їх сегментів чи ніш;
- послідовності виконання і змісту робіт її етапів;
- необхідних ресурсів (техніко-технологічних, маркетингових, логістичних, фінансових, людських, часових тощо);
- порядку проведення контролю за реалізацією, визначеними умовами перегляду і внесення необхідних коректив, обраними критеріями ефективності реалізації тощо.

Визначено зміст процедур виконання робіт для кожного з зазначених вище етапів. Розроблено алгоритм управління за формалізованими процедурами розробленням і реалізацією товарної інноваційної політики промислового підприємства.

Отримані результати поглиблюють методичні засади інноваційного менеджменту і маркетингу інновацій, зокрема, в частині урахування особливостей управління товарною інноваційною політикою промислового підприємства в умовах техніко-технологічних трансформацій спричинених четвертою промисловою революцією. Їх практична реалізація дозволить підвищити рівень обґрунтованості і ефективність управління інноваційним розвитком вітчизняних підприємств, знизити супутні ризики, забезпечити умови посилення їх ринкових позицій на вітчизняному і зарубіжних ринках.

Подальші дослідження повинні бути спрямованими на розроблення організаційних засад управління товарною інноваційною політикою підприємства в умовах зміни технологічних укладів і розгортання четвертої промислової революції.

Список використаних джерел:

1. Ілляшенко Н.С. Управління випереджаючим інноваційним розвитком промислових підприємств : монографія. Суми : Триторія. 2019. 504 с.
2. Шипуліна Ю.С. Управління формуванням інноваційної культури промислових підприємств: монографія. Суми: ТОВ «Триторія». 2017. 432 с.
3. Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С. Факторний аналіз стану інноваційної культури підприємства. *Економічний часопис XXI*. 2014. № 3-4. С. 31-34.
4. 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.

