

11. Перерва П.Г., Гусаковська Т.О. Інтелектуальна власність в структурі інтелектуального капіталу // Вестник Нац. техн. ун-та "ХПИ" : сб. науч. тр. – Харьков : НТУ "ХПИ", 2008. – № 1-2'. – С. 161-168.
12. Косенко О.П., Кобелєва Т.О., Перерва П.Г. Кон'юнктура технологічного ринку: оцінка ризиків комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПИ" : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПИ", 2014. – № 33 (1076). – С. 76-87.
13. Косенко О.П., Долина І.В., Перерва П.Г.. Методологічна сутність інноваційно-інтелектуальних технологій // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПИ" : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПИ", 2013. – № 66 (1039). – С. 30-38.
14. Марчук Л.С., Перерва П.Г. Інтелектуальний потенціал як економічна категорія // Вісник Національного технічного університету "ХПИ" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПИ", 2018. – № 15 (1291). – С. 53-63.

УДК 330.341.1

Петро Перерва

д.е.н., професор, зав.кафедрою менеджменту,

Тетяна Кобелєва

д.е.н., доцент, професор кафедри менеджменту,

НТУ «Харківський політехнічний інститут»

pgpererva@gmail.com

ОБГРУНТУВАННЯ ВИБОРУ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

JUSTIFICATION OF THE CHOICE OF THE INNOVATIVE STRATEGY FOR THE DEVELOPMENT OF THE INDUSTRIAL ENTERPRISE

ОБОСНОВАНИЕ ВЫБОРА ИННОВАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Анотація. Надано рекомендації по формуванню інноваційної стратегії підприємства з урахування факторів ризику, часу та пропозицій власників

Annotation. Recommendations on formation of innovative strategy of the enterprise taking into account risk factors, time and offers of owners are given.

Аннотация. Даны рекомендации по формированию инновационной стратегии предприятия с учетом факторов риска, времени и предложений владельцев

Вибір стратегії є запорукою успіху інноваційної діяльності. Фірма може виявитися в кризі, якщо не зуміє передбачати обставини, що змінюються і відреагувати на них вчасно. Вибір стратегії є найважливішою складовою циклу інноваційного менеджменту.

В умовах ринкової економіки керівнику недостатньо мати хороший продукт, він повинен уважно стежити за появою нових технологій і планувати їхнє впровадження у своїй фірмі, щоб не відстати від конкурентів. Стратегія може бути об'єднана з процесом прийняття рішень. В обох випадках є цілі (об'єкти стратегії) і кошти, з допомогою яких досягаються поставлені цілі (приймаються рішення). Стратегія означає взаємопов'язаний комплекс дій в ім'я зміцнення життєздатності та мощі даного підприємства (фірми) по відношенню до його конкурентів. Іншими словами, стратегія - це детальний всебічний комплексний план досягнення поставлених цілей. Все більше число фірм визнає необхідність стратегічного планування та активно впроваджує його. Це обумовлено зростаючою конкуренцією. Доводиться жити не тільки сьогоднішнім днем, але передбачати і планувати можливі зміни, щоб вижити і виграти

в конкурентній боротьбі. З вибором стратегії пов'язана розробка планів проведення досліджень і розробок та інших форм інноваційної діяльності.

Проблеми підвищення ефективності управління інноваційною діяльністю корпоративних підприємств досліджувались багатьма відомими зарубіжними та вітчизняними науковцями і дослідниками, серед яких М. Глізнуца [1], В. Борзенко [2], А. Косенко [3, 4, 5], Д. Коціскі [6], О.Косенко [7, 8, 11], М.Ткачов [9], Т.Гусаковська [10], І.Долина [12], Л.Марчук [13], та ін. Особлива увага у працях цих авторів приділена проблемам ефективного відтворення інновацій та механізмам формування інноваційних стратегій. Однак, існує низка невирішених питань, пов'язаних з відсутністю єдиного погляду на ефективність управління інноваційною діяльністю, з різним баченням та не системністю процесу її оцінювання, з невизначеністю факторів впливу на управління інноваційною діяльністю, з дискусійністю підходів до формування і реалізації стратегій управління інноваційною діяльністю корпоративних підприємств.

Метою дослідження формування і реалізації стратегій управління інноваційною діяльністю корпоративних підприємств.

На наш погляд, стратегічне планування інноваційної діяльності на промисловому підприємстві переслідує дві основні мети:

- ефективний розподіл і використання ресурсів. Це так звана "внутрішня стратегія". Планується використання обмежених ресурсів, таких, як капітал, технології, люди. Крім того, здійснюється придбання підприємств у нових галузях, вихід із небажаних галузей, добір ефективного "портфеля" підприємств;

- адаптація до зовнішнього середовища. Ставиться завдання забезпечити ефективне пристосування до зміни зовнішніх чинників (економічні зміни, політичні чинники, демографічна ситуація та ін.).

Стратегічне планування ґрунтується на проведенні численних досліджень, зборі та аналізі даних. Це дозволяє не втратити контроль за ринком. При цьому слід враховувати, що в сучасному світі обстановка стрімко змінюється. Отже, стратегія повинна бути розроблена так, щоб при необхідності її можна було ліквідувати. Розробка стратегії починається з формулювання загальної мети організації. Вона повинна бути зрозуміла будь-якій людині. Постановка мети відіграє важливу роль у зв'язках фірми з зовнішнім середовищем, ринком, споживачем. Загальна мета організації повинна враховувати:

- основний напрямок діяльності фірми;
- робочі принципи у зовнішньому середовищі (принципи торгівлі; ставлення до споживача; ведення ділових зв'язків);
- культура організації, її традиції, робочий клімат.

При виборі цілі потрібно враховувати два аспекти: хто є споживачами продукції підприємства і які потреби вона може задовольнити. Основу вироблення інноваційної стратегії становлять теорія життєвого циклу продукту, ринкова позиція фірми і нею науково-технічна політика.

У практичній діяльності промислових підприємств пропонуємо використовувати такі види інноваційних стратегій:

- наступальна - характерна для фірм, що ґрунтують свою діяльність на принципах підприємницької конкуренції. Вона властива малим інноваційним фірмам.

- оборонна - спрямована на те, щоб утримати конкурентні позиції фірми на вже наявних ринках. Головна функція такої стратегії - активізувати співвідношення "витрати - результат" в інноваційному процесі. Така стратегія вимагає інтенсивних НДДКР;

- імітаційна - використовується фірмами, мають сильні ринкові і технологічні позиції. Імітаційна стратегія застосовується фірмами, які є піонерами у випуску на ринок тих чи інших нововведень. При цьому копіюються основні споживчі властивості (але не обов'язково технічні особливості) нововведень, випущених на ринок малими інноваційними фірмами або фірмами-лідерами.

Беручи ту чи іншу стратегію, менеджер інноваційного підприємства повинен враховувати наступні фактори:

- ризик - визначається рівень ризику фірма вважає прийнятним для кожного з прийнятих рішень;
- аналізується і оцінюється результат використання минулих стратегій і результатів їх застосування, що дозволяє підприємству більш успішно розробляти нові інноваційні стратегії;
- облік фактор часу використання інноваційної стратегії, та як часто хороші ідеї зазнавали невдачі тому, що були запропоновані до здійснення в невідповідний момент;
- врахування позиції власників підприємства при розробці стратегії, так як часто власники можуть чинити силовий тиск на його зміну.

Аналіз і обґрунтування вибору інноваційної стратегії організації показав, що адекватний вибір інноваційної стратегії дасть можливість уникнути побічних проблем при здійсненні інноваційних проектів

Розроблені пропозиції надходять керівництву підприємства, яке узагальнює їх і приймає остаточне рішення на обговоренні в колективі. Це дозволяє використовувати досвід, накопичений в підрозділах, безпосередньо пов'язаних з досліджуваними проблемами і створює у працівників враження спільності всієї організації в розробці стратегії.

Варто мати на увазі, що універсальну модель стратегії інноваційного розвитку розробити неможливо. Кожна організація має свої унікальні характеристики. Вибір стратегії інноваційного розвитку залежить від різних чинників, таких як ринкове становище організації та динаміки його зміни, інноваційного потенціалу організації, виду реалізованої продукції, а також інших зовнішніх і внутрішніх факторів. Запропонована методика дозволяє не тільки оцінити привабливість галузі і інноваційний потенціал організацій, а й побачити проблемні місця в області інноваційного розвитку, а також знайти рішення даних проблем за допомогою вибору вірної інноваційної стратегії.

Література

1. Перерва П.Г., Глізнуца М.Ю. Дослідження зарубіжного досвіду оцінки інтелектуального потенціалу організацій // Бізнес Інформ.– 2016.– № 1.– С. 49-55.
2. Інтелектуальна власність: магістерський курс : підручник / П.Г.Перерва [та ін.] ; ред.: П.Г.Перерва, В.І.Борзенко, Т.О.Кобелева ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Харків : Планета-Прінт, 2019. – 1002 с.
3. Перерва П.Г., Косенко А.В. Розвиток організаційного механізму комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності на основі функціонального підходу / П.Г.Перерва, // Економіка розвитку = Economics of development. – 2009. – № 1. – С. 11-16.
4. Косенко А.В., Перерва П.Г. Преимущества интеллектуальной собственности // Європейський вектор модернізації економіки: креативність, прозорість та сталий розвиток : матеріали 10-ї Ювіл. Міжнар. наук.-практ. конф., 18-19 квітня 2018 р. – Харків : ХНУБА, 2018. – Ч. 1. – С. 146-149.
5. Перерва П.Г., Косенко А.В., Косенко О.П. Моделирование споживчої, виробничої, інтелектуальної та кадрової складових ресурсного потенціалу // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2012. – № 51 (957). – С. 68-73.
6. Compliance program: [tutorial] [Pererva P.G., Kocziszky G., Somosi Veres M., Kobieliava T.A.] ed.: P.G.Pererva, G.Kocziszky, M. Veres Somosi. – Kharkov-Miskolc : LTD «Planeta-prynt», 2019. – 689 p.
7. Косенко О.П., Долина І.В., Перерва П.Г. Еколого-соціальна оцінка інтелектуально-інноваційних технологій // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр.. – Харків : НТУ "ХПІ", 2013. – № 67 (1040). – С. 36-45.
8. Перерва П.Г., Косенко А.В., Косенко О.П. Розвиток організаційних структур трансферу технологій в ВНЗ (комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності) // Механізм регулювання економіки. – 2009. – № 4, т. 2. – С. 147-154.
9. Перерва П.Г., Ткачов М.М. Економіко-правові причини порушення прав інтелектуальної власності // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр.. – Харків : НТУ "ХПІ", 2012. – № 51 (957). – С. 106-112.

10. Перерва П.Г., Гусаковська Т.О. Інтелектуальна власність в структурі інтелектуального капіталу // Вестник Нац. техн. ун-та "ХПИ" : сб. науч. тр. – Харьков : НТУ "ХПИ", 2008. – № 1-2'. – С. 161-168.

11. Косенко О.П., Кобелєва Т.О., Перерва П.Г. Кон'юнктура технологічного ринку: оцінка ризиків комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПИ" : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПИ", 2014. – № 33 (1076). – С. 76-87.

12. Косенко О.П., Долина І.В., Перерва П.Г.. Методологічна сутність інноваційно-інтелектуальних технологій // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПИ" : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПИ", 2013. – № 66 (1039). – С. 30-38.

13. Марчук Л.С., Перерва П.Г. Інтелектуальний потенціал як економічна категорія // Вісник Національного технічного університету "ХПИ" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПИ", 2018. – № 15 (1291). – С. 53-63.

УДК 332.1

Н.Р. Синюра-Ростун

*к.е.н., науковий співробітник сектору просторового розвитку
ДУ «ІРД ім. М.І. Долишнього НАН України»
s-rnadia@ukr.net*

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ІНСТРУМЕНТ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ МІСТ

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AS AN INNOVATIVE INSTRUMENT OF CITY DEVELOPMENT

СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК ИНСТРУМЕНТ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ГОРОДОВ

Анотація. Досліджено особливості розвитку соціального підприємництва та можливі напрями його використання у соціально-економічному розвитку міст.

Abstract. The peculiarities of the development of social entrepreneurship and possible directions of its use in the socio-economic development of cities are studied.

Аннотация. Исследованы особенности развития социального предпринимательства и возможные направления его использования в социально-экономическом развитии городов

Розвиток міст стикається із низкою проблем, особливо соціального характеру, які часто залишаються поза увагою органів місцевого самоврядування через брак ресурсів, знань або часу займатися їх вирішення. У таких умовах інструментом вирішення локальних проблем та інноваційного розвитку міської громади може стати соціальне підприємництво. Соціальне підприємництво – це бізнес-модель, яка основою своєї діяльності передбачає не максимізацію прибутку, а задоволення суспільних потреб через вирішення певних невирішених у громаді проблем.

Соціальний бізнес набув глобального поширення, наприклад у Великобританії станом на 2019 р. налічувалося 471 тис. соціальних підприємств, на яких працювало близько 1,44 млн людей, а їхня частка у ВВП держави становила 3%. У Франції в сфері соціального бізнесу працювало більше 96 тис. підприємств і більше 1,1 млн працівників [1]. В США нараховується близько 100 тис. соціальних підприємств, у яких працює 2,5 млн працівників, держава активно підтримує розвиток соціального підприємництва, університети розвивають навчальні та дослідницькі програми в цій галузі [2]. За результатами опитування, проведеного Thomson Reuters Foundation у партнерстві з глобальною програмою DeutscheBank CSR MadeForGood, ТОП-5 країн для найкомфортнішого ведення соціального бізнесу у 2019 р. — це Канада, Австралія, Франція, Бельгія і Сінгапур [3]. Загалом близько 13,6 млн європейців працюють на благо соціальних бізнесів [1]. Стимулом для активізації діяльності соціального