

ВИБІР НАПРЯМКІВ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ЗА УМОВ ЗМІН СТАНУ РИНКУ

© Довбенко В.І., 2010

Розглядаються завдання інноваційного розвитку підприємств за умов змін стану ринку, які передбачають вибір оптимальних інструментів впливу на зацікавлені сторони з метою налагодження партнерської співпраці з реалізації поставлених цілей. Досліджуються питання подолання опору змінам на базі нових підходів до генерування ідей, розроблення інвестиційних проектів та формування згуртованих колективів для реалізації стратегій розвитку підприємств та їх об'єднань на засадах ресурсозбереження.

Ключові слова: інноваційний розвиток підприємств, інструменти та механізми активізації інноваційної діяльності, дослідження ринків інновацій

In article tasks of the enterprises innovational development in conditions of changes of their activity which provide a choice of optimum tools of influence on the interested parties with the purpose of adjustment of partner cooperation on realization of objects in view are considered. Questions of overcoming of resistance to changes on the basis of new approaches to generating ideas, development of investment projects and formations of the rallied collectives for realization the enterprises developing strategies and their associations on the basis to saving of resources are investigated.

Keywords: innovational development of the enterprise, assistance tools and mechanisms of innovational activity, innovations markets research

Постановка проблеми. Цивілізаційні процеси постійно ставлять перед підприємствами нові завдання, від повноти, своєчасності та ефективності вирішення яких і залежить доля конкретних підприємств, їх працівників і осіб, що взаємодіють з ними. Тому для успішного управління потенціалом підприємств важливо своєчасно вносити необхідні зміни у пріоритети та напрямки розвитку з метою відображення в їх стратегіях впливу досягнень науки і техніки та особливостей соціально-економічного розвитку. Проте питанням науково-технологічного розвитку, комерціалізації результатів наукових досліджень, формування мереж інноваційної активності, створення умов для взаємовигідної співпраці зацікавлених в отриманні конкурентоспроможних продуктів сторін не приділяється належної уваги на державному рівні, що гальмує розвиток економіки, підриває довіру потенційних інвесторів до можливих партнерів з реалізації ефективних проектів. Сучасний стан справ веде до втрати ринків збуту вітчизняними підприємствами і не дає змоги адекватно й своєчасно реагувати на цивілізаційні виклики в економіці, соціальній та екологічній сфері. За умов швидких змін на світових ринках на перше місце виходять завдання радикальної переорієнтації діяльності підприємств на нові потреби споживачів із врахуванням сучасних вимог до ресурсозбереження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Основу постіндустріальної економіки становлять процеси продукування та відтворення інформації та інновацій. Питанням пошуку та вибору ефективних напрямків інноваційного розвитку підприємств присвячені праці багатьох зарубіжних та вітчизняних вчених [1–6], які дослідили умови формування та ефективного функціонування інноваційної сфери діяльності, її взаємодії з державними інституціями, бізнесом, громадськими організаціями, споживачами та характер її впливу на процеси розвитку економіки.

Так, К.К. Прахалад та В. Рамасвами [1, с.12–14] особливу увагу звертають на нові підходи щодо спільного творення цінностей, шляхом взаємодії між споживачами, мережами компаній на підставі відкритого доступу до інформації, діалогу та взаємодопомоги. При цьому змінюється напрям новацій: від продуктових до зорієнтованих на індивідуалізований досвід [1, с.139].

Н.П. Гончарова наголошує на недоцільності подальшої інтенсифікації залучення традиційних джерел розвитку економіки і пропонує залучати у реконверсійний оборот нові ресурси на основі перспективних інноваційних технологій, що сприятиме формуванню інноваційного ринку відтворювальних ресурсів та значному підвищенню конкурентоспроможності економіки [2].

Л.І. Федулова звертає увагу на доцільність запровадження нового курсу технологічної політики, названого на Заході "зеленим", сутність якого у збереженні та розвитку чистих видів енергії, створенні

екологічно чистих транспортних мереж, зниженні викидів вуглецю, розвитку технологій для ефективного використання енергетичних ресурсів, що передбачає формування сучасної інфраструктури технологічного бізнесу [3, с.27].

С.М. Ілляшенко підкреслює вирішальну роль ринку у формуванні умов для поширення інновацій, яка полягає у перевірці рівня достатності ринкового, інноваційного та виробничо-збутового потенціалу підприємства для реалізації його стратегії розвитку та вимагає приведення у відповідність вимогам ринку ризиків інновацій [4, с.95–103].

К. Голоктеєв та І. Матвеев наголошують на врахуванні всіх істотних елементів взаємодії внутрішнього і зовнішнього середовища діяльності підприємства при розгляді інноваційних моделей організаційного розвитку, інтенсифікації процесів обміну ресурсами і формуванні менеджментом свідомого стратегічного вибору, спрямованого на диверсифікацію джерел постачання ресурсів, пошук оптимальних форм взаємодії з партнерами на ринку [5, с.217–219].

А. Сливоцький вбачає основний імпульс до розвитку у прогнозах стосовно майбутньої міграції капіталу, які допомагають побачити нові можливості і створити нові ділові моделі компаній, які забезпечуватимуть швидке та надійне повернення капіталу та зростання їх ринкової вартості на основі активізації інноваційної діяльності [6, с.259–272].

Однак у цих працях немає прямої відповіді на питання стосовно вибору ефективних напрямків розвитку підприємств у світлі завдань оновлення їх потенціалу на основі інноваційних підходів із передбаченням змін стану ринку у майбутньому. Тому існує об'єктивна необхідність глибше дослідити сучасні проблеми вибору перспективних напрямків розвитку підприємств з метою підвищення їх конкурентоспроможності.

Формулювання цілей статті. Цілі даної статті полягають в обґрунтуванні підходів до вибору напрямків інноваційного розвитку вітчизняних підприємств виробничого профілю із урахуванням особливостей сучасного стану економіки та глобальних світових тенденцій. У статті пропонується моделювати ситуації майбутніх подій на ринку на основі проектного підходу із урахуванням перспективних цілей розвитку підприємства та прогнозів змін у зовнішньому середовищі. Це створить умови для об'єктивного вибору таких шляхів та напрямків розвитку, які би ґрунтувалися на наукових розробках і технологіях, досвіді лідерів ринку та реальних потребах конкретних споживачів.

Виклад основного матеріалу. За сучасних умов для забезпечення успішного розвитку економіки і соціальної сфери слід формувати активне середовище сприйняття інновацій. З одного боку, цьому повинна сприяти відповідна законодавча та нормативна база, а з іншого боку – ініціативні дії по створенню організаційних структур, зорієнтованих на інноваційну діяльність, поживлення винахідницької діяльності, структурні зміни в економіці та нові погляди на розвиток з позицій формування лідерських якостей. Існуюча правова база формування та реалізації пріоритетних напрямів розвитку (Закони України “Про наукову і науково-технічну діяльність”, “Про інноваційну діяльність”, “Про пріоритетні напрями розвитку науки і техніки”, “Про наукову і науково-технічну експертизу” та ряд інших законодавчих актів) зорієнтовані переважно на вибір та реалізацію технічних інновацій. Їх вплив на заохочення підприємництва до інноваційного бізнесу є недостатній, зокрема, внаслідок періодичного призупинення дії ряду статей, а також декларативного характеру багатьох положень. Слабкою залишається і дисципліна дотримання державою та іншими суб'єктами права своїх зобов'язань щодо виконання положень законів та нормативних актів.

Так, у Концепції розвитку національної інноваційної системи [7] зазначається, що сьогодні в Україні не визначені основні засади державної політики з питань забезпечення розвитку національної інноваційної системи. Державне регулювання розвитку національної інноваційної системи за такими напрямками, як формування інституційного забезпечення інноваційного розвитку національної економіки, реалізація пріоритетних напрямів розвитку науки і техніки та інноваційної діяльності, програмно-цільове фінансування науково-технічної та інноваційної діяльності, підтримка підприємницької діяльності у сфері інноваційної діяльності та трансферу технологій, здійснюється неефективно, дії центральних органів виконавчої влади не координуються, дублюються їхні функції. Знижується рівень технологічного та інноваційного потенціалу національної економіки, втрачаються перспективи забезпечення його розширеного відтворення, знижується конкурентоспроможність вітчизняних товаровиробників.

У згаданій Концепції до основних напрямів розвитку національної інноваційної системи віднесено створення конкурентоспроможного вітчизняного сектора наукових досліджень і розробок та забезпечення умов для його розширеного відтворення, розвиток інноваційної інфраструктури, створення ефективної системи державної підтримки модернізації економіки на основі технологічних інновацій та підвищення рівня інноваційної культури суспільства. Проте цей документ не дає відповіді на запитання: за рахунок яких радикальних змін можна досягти поставлених цілей і що конкретно потрібно для здійснення переходу на якісно вищий рівень розвитку.

Отже, для забезпечення інноваційного прориву в економіці мало тільки формувати належну законодавчу та нормативну бази і структури, які би давали змогу наглядати за ходом виконання відповідних планів і програм, а потрібна надійна опора на механізми підтримки інновацій з боку бізнесу і громадянського суспільства. При цьому концепція сильних і слабких сторін мала б трансформуватися у концепцію взаємовідносин бізнесу зі споживачами. Це передбачає формування нових рис організаційно-управлінського потенціалу підприємств, який має спиратися як на сферу виробництва, так і маркетингу, НДДКР, фінансів та досвід загальнокорпоративного управління. Високий рівень науково-технологічного розвитку дасть змогу пропонувати на обмін іншим регіонам та країнам продукти високого ступеня переробки, відігравати провідну роль при реалізації високотехнологічних міжнародних проєктів. Нові концепції, нові бренди, продукти та послуги, а також унікальний управлінський досвід дадуть змогу відкривати нові, досі не відомі ринки.

Для України актуальні такі загальні напрямки підвищення конкурентоспроможності:

- 1) ресурсозбереження, зокрема, матеріало- та енергозбереження;
- 2) нові види технологій;
- 3) нові види продукції;
- 4) підвищення якості продукції та виробництва (господарювання);
- 5) нові ефективні форми та методи управління.

Підвищенню конкурентоспроможності підприємств має сприяти нова стратегія наукової та промислово-інноваційної політики, яка ґрунтуватиметься на підтримці діяльності науково-технічних центрів, технополісів, технопарків, на розвитку венчурного бізнесу, малих і середніх інноваційних підприємств, стимулюватиме експортну орієнтацію високотехнологічних виробництв та розширення внутрішнього ринку високотехнологічної продукції.

Загалом потенціал розвитку підприємства можна представити як функцію можливостей підприємства в момент часу t (моментна оцінка) чи за проміжок часу $\Delta t_1 - t_0$ (інтервальна оцінка) [на основі 8, с.30]:

$$U = U(f; t) \quad (1)$$

Функція можливостей підприємства залежить від змінних величин (продукції та/чи послуг – p ; ресурсів – x ; процесів – y ; нематеріальних активів – z) та відображає вплив на його діяльність сталих параметрів (стан зовнішнього середовища – a ; вид діяльності – b ; мета – c):

$$f = f(a, b, c, p, x, y, z) \quad (2)$$

Взаємозв'язок параметрів потенціалу розвитку підприємства наведено на рис. 1.

Мета розвитку підприємства		Сталі (умовно сталі) параметри		Змінні характеристики		Потенціал розвитку підприємства
цільові (критеріальні) показники – c	→	стан зовнішнього середовища – a ; вид діяльності – b	→	продукція (послуги) – p ; ресурси – x ; процеси – y ; нематеріальні активи – z	→	$U = U(f; t)$

Рис. 1. Параметри, що визначають потенціал розвитку підприємства

Потенціал підприємства слід досліджувати у динаміці із врахуванням особливостей розвитку підприємства та взаємозв'язку різних виробничо-господарських процесів у його діяльності. При цьому основну увагу слід звертати на потенціал ринку, який відображає купівельну спроможність споживачів товарів. Маркетингові дослідження на сучасному етапі мають максимально враховувати ціннісні орієнтири конкретних споживачів, що дає змогу своєчасно та ефективно задовольняти їх потреби і освоювати потенційні ринки збуту.

Процеси перетворень у діяльності компаній містять такі етапи [на основі 9]:

- 1) координація (зменшення небажаного впливу випадкових подій);
- 2) контроль бізнес-процесів (усунення помилок у проектуванні);
- 3) автоматизація процесів (зорієнтована на використання знань та досвіду);
- 4) інтеграція діяльності на основі раціонального поєднання всіх бізнес-процесів за передовими технологіями та інноваціями і налагодження взаємодії з партнерами на ринку.

Для вибору стратегії та напрямків розвитку підприємства доцільно використати матрицю стратегічних варіантів (рис. 2), за якою проаналізувати переваги та недоліки їх здійснення.

Критерій	Варіанти	Варіант 1	Варіант 2	...	Варіант n
Стратегічна привабливість					
Фінансова привабливість					
Прийнятність для зацікавлених сторін					
Складність реалізації					
Невизначеність і ризик					

Рис. 2. Матриця стратегічних варіантів розвитку підприємства [на основі 10, с.120]

Оцінюючи варіанти за відповідними критеріями, найвищу привабливість оцінюють трьома, середню – двома, низьку – одним балом (за критеріями “Складність реалізації” та “Невизначеність і ризик” оцінювання відбувається у зворотному порядку. Так, зокрема, висока складність оцінюється найнижчим балом).

Стратегічну привабливість визначають темпами зростання ринку та очікуваними їх змінами, передбачуваністю подій на ринку, інтенсивністю конкуренції, відповідністю стратегічного варіанта потенціалу підприємства та бренду його товарів, потенційними конкурентними перевагами, масштабами можливостей та спроможностями фокусування стратегії.

Фінансова привабливість пов’язана насамперед із ключовими факторами цінності і витрат, серед яких виділяють можливості збільшення обсягу продажів, підвищення цін на продукцію та послуги компанії, перспективи впливу на курс її акцій, резерви зниження витрат тощо.

Прийнятність стратегії розвитку підприємства для зацікавлених сторін визначається шляхом аналізу їх позицій, визначення рівня їх інтересу у взаємовигідній співпраці, можливостей їх впливу на хід подій, зокрема, щодо реалізації спільних проєктів.

Складність реалізації визначається можливим опором змінам, зрозумілістю завдань та заходів із реалізації стратегії, внутрішньою складністю, доступністю ключових ресурсів і навичок, рішучістю та відданістю справі.

Найбільш загальними чинниками невизначеності та ризику є нестійкість оточення, невизначеність менеджменту та елементів бізнес-культури.

Досягнення цілей розвитку підприємства на практиці пов’язане з істотними змінами параметрів середовища, управлінськими та технологічними інноваціями, здійснення яких вимагає витрат часу та інших видів ресурсів і створює нові умови для ведення діяльності.

При цьому орієнтуватися потрібно на досягнення підприємством конкурентних переваг, що забезпечують йому шанси на успішне майбутнє. Як основні показники, які характеризують конкурентний потенціал підприємства на перспективу, розглядають у динаміці такі показники:

- 1) прибуток на інвестований капітал;
- 2) обсяг продажів;
- 3) вільний грошовий потік;
- 4) власний капітал;
- 5) прибуток на акцію.

Для невеликих підприємств як п’ятий показник доцільно застосовувати показники рентабельності продукції (послуг) та виробничо-господарської діяльності.

При складанні планів підприємств, що динамічно розвиваються, слід намагатися забезпечити зростання цих показників у середньому не менш як на 10 % в розрахунку на рік.

Правильно визначені стратегічні напрямки розвитку підприємства сприяють отриманню ним конкурентних переваг на ринку. Зробити це із врахуванням стадії життєвого циклу підприємства та його конкурентної позиції на ринку можна за моделлю Arthur D. Little (ADL). Бізнес-портфель за моделлю ADL з метою його збалансування повинен передбачати наявність окремих видів бізнесу у стадіях зародження та/чи зростання, позитивний грошовий потік та достатність середньої норми прибутку на чисті активи досягненню цілей розвитку підприємства.

Сучасні вимоги до ведення бізнесу передбачають складання проєктованих фінансових звітів на майбутнє. Вони дають змогу орієнтуватися у фінансовому стані підприємства на перспективу і включаються у фінансовий розподіл стратегічних планів підприємств. Відправною точкою для розрахунку проєктованих показників майбутніх фінансових результатів та балансу є прогноз доходів (виручки) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг). У випадку, якщо в проєктованому балансі актив перевищує пасив, різниця між ними являє собою так звані додатково необхідні фонди. Ця сума вказує на потребу у додатковому фінансуванні або за рахунок збільшення власного капіталу, або шляхом збільшення довгострокових і поточних зобов’язань.

Для оновлення активів підприємства складають матричний баланс. Взаємозв’язок між активами та джерелами їх утворення формується на основі варіантної процедури вибору джерел у заданій послідовності у межах залишку коштів. З метою оцінювання якості (пріоритетності) джерел формування активів експертним шляхом задається рейтингова шкала переваги (у балах) щодо закріплення певного i -го джерела ($i = 1, 2, \dots, m$) за певним j -м видом активів ($j = 1, 2, \dots, n$) C_{ij} .

Із множини варіантів формування активів підприємства (X_{ij}) вибирають оптимальний за критерієм найякіснішого використання окремих джерел:

$$\sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^n C_{ij} X_{ij} \rightarrow \min \quad (3)$$

за умови, що усі джерела використані $\sum_{i=1}^m x_{ij} = P_i$, активи сформовані $\sum_{j=1}^n x_{ij} = A_j$, а $x_{ij} \geq 0$.

Кращий варіант повинен забезпечувати мінімальну суму добутоків коштів, зважених на бальну оцінку відповідного варіанта.

Оцінити ефективність стратегії підприємства за кожним із напрямків його діяльності допомагає стратегічна діагностика. Вона дозволяє з'ясувати, наскільки правильно обрано стратегію, як вона відображає цілі його розвитку та наскільки відповідає умовам внутрішнього і зовнішнього середовища. Основною метою діагностики стану підприємства є виявлення реального стану підприємства, причин, що впливають на його діяльність, і резервів розвитку підприємства.

Успіх підприємства на ринку визначається як ефективним використанням внутрішнього потенціалу підприємства, так і його можливостями зміцнювати свої позиції на ринку. До основних напрямків нарощування ринкового потенціалу підприємства належать:

- 1) диверсифікація виробництва та збуту;
- 2) випуск нових товарів;
- 3) розширення ринку та глибоке проникнення на ринок;
- 4) розвиток сучасних логістичних мережевих структур у постачанні, виробництві та збуті.

Концентрація уваги на логістиці може принести певні переваги на ринку завдяки досягненню монополістичної позиції [11, с.134]: логістичні рішення стосовно нових виробів (нові логістичні продукти), географічних ринків, постачальників чи отримувачів. Концепція сучасного логістичного управління дозволяє досягти інтеграції і кооперації учасників ланцюга поставок, скоротити загальний цикл і загальні витрати. Стратегія інтегрованого ланцюга поставок є логічним завершенням концепції вертикальної інтеграції фірми, яка створює умови для ефективної співпраці та концентрує увагу як на продуктах, так і на інформаційних та грошових потоках.

З метою кращого розуміння конкретних потреб споживача важливо мати інформацію про сукупність вимог покупця до конкретних товарів та послуг підприємства. Це дає можливість сегментувати ринок.

З метою виходу на світовий ринок з новими продуктами та технологіями підприємству необхідно сформувати відповідно до поставлених цілей розвитку взаємопов'язаний набір компонентів стратегії, який мав би містити:

- прогноз попиту на відповідні товари чи послуги за країнами та за роками;
- оцінювання конкурентоспроможності підприємства;
- пріоритети посилення конкурентних позицій на ринках;
- оцінювання обсягів річних продажів по кожній країні;
- регіони, в яких повинно бути налагоджено виробництво нового товару і проведено заходи для досягнення передбачуваного обсягу продажів;
- оцінювання вартості інвестицій з організації альтернативних виробничих баз та витрат з доставки з них товарів на альтернативні ринки;
- логістичне забезпечення діяльності;
- оцінювання ризиків по країнах, регіонах та ринках;
- плани надходжень, інвестицій та приросту основного капіталу.

Вибір цілей потребує від підприємства знань потенційного попиту і конкуренції на ринках. При цьому важливо забезпечити конкурентну перевагу за рахунок обміну ключовими навичками, технологіями, досвідом і управлінськими рішеннями за рахунок досягнення стратегічної відповідності між спорідненими компаніями, що може передбачати, зокрема, спільне використання таких конкурентних переваг, як вже сформовані бренди та нові, ще не знайомі існуючим ринкам можливості розвитку. Стратегічні відповідності можна виявити в будь-якій ланці ланцюга вартості: в НДДКР і технологіях, в ланцюзі постачань, відносинах з постачальниками, у виробництві, в продажах і маркетингу, в процесах розподілу та адміністративних функціях. У кінцевому випадку це дає змогу скорочувати витрати за рахунок консолідації однієї або декількох ланок ланцюга вартості окремих підприємств, налагоджуючи взаємовигідну співпрацю між ними.

Управління інноваційним процесом має бути зорієнтоване на створення умов для активного пошуку перспективних розробок та забезпечення їх фінансової підтримки у процесі комерціалізації. Це передбачає здійснення маркетингових досліджень з метою встановлення доцільності освоєння нововведень, а також визначення ринкової стратегії, часу виходу на ринок, масштабності входження, застосування тих чи інших інструментів маркетингу тощо.

Напрямки інноваційного розвитку з маркетингових позицій [12] можна розглядати як:

- напрямки розширення меж ринку (охоплення нових сегментів ринку, нові способи використання товару, вихід на нові регіони);
- розроблення і реалізації нового продукту (нових модифікацій існуючого);
- нові товари, що замінюють традиційні;
- нові товари, що задовольняють існуючі потреби іншим способом;
- принципово нові товари);

- диверсифікації виробництва і збуту (пропозиція на нових ринках нових товарів, які розвивають традиційні напрямки діяльності підприємства);
- пропозиція на нових ринках нових товарів, не пов'язаних із попередніми видами діяльності, орієнтація на ніші ринку).

Ще важливішим є врахування спонукальних мотивів підприємства-інноватора і споживача інновацій. До напрямків інноваційного розвитку при цьому відносять “завоювання симпатій споживача” (характеризується тимчасовими збитками для підприємства), “всебічні переваги”, “ефект іміджу” та “ефект чорного кола” (небажаний варіант, за якого збитки несуть як підприємство-інноватор, так і споживач).

Вибір напрямків інноваційного розвитку підприємства передбачає постановку цілей і завдань інноваційного розвитку в межах обраної місії (конкретних інноваційних орієнтирів), аналіз внутрішніх та зовнішніх умов господарювання, пошук ресурсів для інноваційної діяльності та їх ефективний розподіл, генерування альтернативних варіантів, їх оцінювання, ранжування за пріоритетністю впровадження та остаточний вибір ефективних напрямків інноваційного розвитку.

Модель інноваційного розвитку при цьому повинна відображати не лише сильні та слабкі сторони підприємства, його можливості та загрози успішній діяльності, але насамперед тенденції ринку, що стосуються очікувань споживача та пріоритети соціально-економічного розвитку, які все більше відображають вимоги до ресурсозбереження й ефективного обміну результатами діяльності.

У сучасних умовах все актуальнішим стає завдання переходу на нову філософію ведення бізнесу, зорієнтовану на людину, її відносини у колективі та забезпечення охорони довкілля. Перспективні потреби суспільства потребують встановлення тісного взаємозв'язку науково-технічного, соціально-економічного і духовного прогресу. У процесі інноваційної діяльності важливо створити сприятливі умови для вивільнення ініціативи працівників, налагодити ефективні зворотні зв'язки як всередині підприємства, так і з його партнерами на ринку.

Вивільнений потенціал творчості працівників повинен спрямовуватися на створення унікальних якостей товарів, тобто нової цінності для споживача із врахуванням потенціалу підприємства. Це передбачає концентрацію зусиль та творчих ініціатив колективу на потребах та очікуваннях конкретних споживачів і шляхах їх максимального задоволення. Умовами успішного розв'язання завдань є переорієнтація та перерозподіл ресурсної бази, а також мереж комунікацій і логістики для забезпечення переходу на нові продукти (послуги). При цьому з допомогою маркетингових досліджень повинні формуватися нові напрямки розвитку із врахуванням тенденцій змін ринку.

У сучасних умовах з метою підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства доцільно застосовувати ідеї “Intelligence Process/Cycle (IC)” [13] – процесу перетворення даних на інформацію, потім – на знання і, насамкінець, забезпечення їх продуктивного використання. Модель формування інноваційного потенціалу підприємства при цьому схематично може бути подано у вигляді такої послідовності дій:

збирання даних → систематизація даних → перетворення даних на інформацію → здобуття знань → набуття досвіду → передавання знань і досвіду → застосування знань і досвіду при підготовці прийняття рішень → прийняття рішень → реалізація рішень → отримання результатів.

Процес оновлення знань і впровадження результатів їх застосування в діяльність підприємства є циклічним, що передбачає постійну роботу з виявлення проблем розвитку та їх успішного вирішення. За умов сьогодення важливо забезпечити цільову орієнтацію діяльності підприємства з метою його пізнаваності на ринку. Цьому повинні сприяти розроблення й практична реалізація ділової моделі розвитку, спрямованої на максимальне задоволення очікувань споживача.

Для створення умов ведення успішної інноваційної діяльності важливо також розвинути мережу інноваційної інфраструктури – консалтингові та інжинірингові фірми, інноваційні та бізнес-центри, венчурні фонди, бізнес-інкубатори, технопарки, технополіси.

При вирішенні масштабних завдань розвитку використовують програмно-цільовий підхід, який передбачає розроблення та реалізацію цільових комплексних програм розвитку, до реалізації яких мають залучатися на взаємовигідних умовах профільні підприємства. Виходячи із взаємозв'язку цілей і засобів їх досягнення, результати виконання програми (чи її етапу) стають засобами досягнення наступної мети, що створює умови для неперервного розвитку. Впливати на ці процеси необхідно у напрямку від майбутнього до теперішнього часу, пам'ятаючи про необхідність досягнення бажаних результатів.

Тобто нагальним завданням сьогодення є створення умов для інноваційного розвитку. Для цього важливо дати можливість підприємствам якнайповніше розкрити власний потенціал за рахунок реформування регуляторної та податкової системи з тим, щоби створити зацікавленість у відкритій і прозорій міграції капіталу (зокрема, інтелектуального) в інноваційну сферу діяльності та перспективні високотехнологічні галузі та напрямки.

Цінність маркетингу у здійсненні інноваційної діяльності підприємств полягає у його можливостях оцінювати різні напрямки розвитку залежно від внутрішніх і зовнішніх умов та тенденцій їх змін. Етапність

розгляду інноваційних завдань з позицій маркетингу має вигляд: 1) потреби; 2) цінності; 3) товар нормативний; 4) товар реальний; 5) ринки; 6) споживачі.

У сучасних умовах процес реалізації цілей розвитку економіки повинен відбуватися на основі ресурсозбереження. Переорієнтація діяльності суб'єктів господарювання на потреби сталого розвитку є неминучою і здійснюється за допомогою механізму дії перерозподільних інструментів (штрафів, субсидій, податків, платежів, дозволів на викиди, преференцій тощо). Стратегічного успіху у процесі інноваційного розвитку економіки можна досягти у випадку гармонійного поєднання інтересів природи і людства на основі зменшення ресурсомісткості та підвищення рівня екологічності виробництва та споживання.

Налагодження партнерської взаємодії науки і бізнесу передбачає формування структур, що забезпечують збалансування та поєднання інтересів сторін. Для вирішення проблем формування конкурентоспроможного потенціалу підприємств важливо створювати інноваційні кластери, мозковим центром яких мають стати об'єднані в технопарки наукові і дослідницькі організації. Основними продуктами їх діяльності мають стати нові передові технології, нові високоякісні види продукції та послуг, які забезпечуватимуть економію ресурсів як у сфері виробництва, так і експлуатації (споживання) та сприятимуть запровадженню ефективних форм і методів управління.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Результати проведених досліджень виявили необхідність підвищення ролі інноваційної діяльності у процесах формування потенціалу розвитку підприємств. Для вирішення цієї проблеми пропонується створити сучасну інноваційну систему, яка б забезпечувала взаємодію бізнесу й держави в частині реалізації пріоритетів розвитку на основі необхідних темпів інноваційного оновлення виробництва, виробничої та соціальної інфраструктури. При управлінні розвитком підприємства слід враховувати зорієнтованість сучасної моделі маркетингу на потреби споживача. Її характерною особливістю, з одного боку, є формування середовища активного впливу на потреби споживача, його свідомість та зважений вибір ним можливих альтернатив купівлі товарів, а з іншого – забезпечення конкурентних переваг підприємства за рахунок покращення якісних параметрів його продукції та послуг. При виборі перспективних напрямків розвитку підприємства слід орієнтуватися на його потенційні переваги над конкурентами у спроможності своєчасно задовольняти очікування та потреби споживача. Для отримання реальних економічних вигід від виявлених переваг необхідно сформувати ефективну ділову модель, яка би приваблювала зацікавлені сторони для спільної активної участі у діяльності підприємства та реалізації проектів його розвитку.

Під час подальших досліджень важливо оцінити вплив інструментів інноваційного розвитку на формування потенціалу підприємств та ефективність його використання з метою підвищення конкурентоспроможності національної економіки.

1. Прахалад К.К., Рамасвами Венкат. Майбутнє конкуренції. Творення унікальної цінності спільно з клієнтами / Пер. з англ. – К.: Видавництво Олексія Капусти (підрозділ “Агенція “Стандарт””), 2005. – 258 с. 2. Гончарова Н.П. Реконверсійна парадигма ресурсозабезпечення “нової економіки” // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – №8. – С.50–56. 3. Федулова Л.І. Технологічна політика в системі стратегії економічного розвитку / Економіка і прогнозування. 2010. – №1. – С.20–38. 4. Ілляшенко С.М. Управління інноваційним розвитком: Навчальний посібник. – 2-ге вид., перероб. і доп. – Суми: ВТД “Університетська книга”; К.: Видавничий дім “Княгиня Ольга”, 2005. – 324 с. 5. Голоктейев К., Матвеев И. Управление производством: инструменты, которые работают. – Спб.: Питер, 2008. – 251 с. 6. Сливоцький, Адріян. Міграція капіталу: Як у замислах на кілька кроків випередити своїх конкурентів: Пер. з англ.. – К.: Унів. вид-во “Пульсари”, 2001. – 296 с. 7. Концепція розвитку національної інноваційної системи (схвалена Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 17.06.2009 р. №680-р). – <http://www.in.gov.ua/index.php?get=226&id=1906>. 8. Тимошук М.Р., Кузьмін О.Є., Фецура Р.В. та ін. Планування соціально-економічного розвитку підприємств: Монографія. – К.: УБС НБУ, 2007. – 449 с. 9. Oliver Whight, <http://www.oliverwight.com/journey.htm>. 10. Гранди Т. Рост бізнесу. Как создать стратегию, обеспечивающую сбалансированный рост и развитие компании: Пер. с англ. – М.: Эксмо, 2007. – 288 с. 11. Крикавський Є. Логістичне управління: Підручник. – Львів: Видавництво Національного університету “Львівська політехніка”, 2005. – 684 с. 12. Біловодська О.А. Системний аналіз і удосконалення теоретико-методологічних підходів до вибору напрямків інноваційного розвитку підприємств // Проблеми науки. – 2004. – №4. – С. 7–15. 13. www.scip.org/education