

ІННОВАЦІЙНИЙ РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА: ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНИХ МОДЕЛЕЙ

Розглянуто основні підходи у формуванні стратегій інноваційного розвитку підприємств на основі використання ресурсного потенціалу, побудовано алгоритм розподілу ресурсів в моделі стратегічного інноваційного розвитку. Результати сформованої моделі стратегічного інноваційного потенціалу підприємства вирішують проблеми відповідності чисельності працівників та обсягів наявних ресурсів виробничим потребам підприємства та стають вхідними параметрами для її реалізації, з врахуванням індивідуальних особливостей організації діяльності підприємств, умов їх функціонування у зовнішньому середовищі, відображаючи взаємозв'язки між напрямками робіт у їх логічній послідовності з можливістю раціонального розподілу повноважень між колективами різних підрозділів, поєднаних загальним завданням.

Ключові слова: інноваційний ресурсний потенціал, концепції інноваційного розвитку підприємств, формування моделей.

NYZHNYK O.

Khmelnitskyi National University

INNOVATIVE RESOURCE POTENTIAL OF THE ENTERPRISE: BUILDING OF EFFECTIVE MODELS

The basic approaches in formation of strategies of innovative development of the enterprises on the basis of use of resource potential are considered, the algorithm of distribution of resources in model of strategic innovative development has been constructed. Evaluation of models of strategic innovative development of enterprises indicates the presence of a significant number of different approaches to modeling the innovative activities of economic entities. Both classical economic and mathematical models are used to describe innovation processes, which are adapted taking into account the influence of the innovation factor on the final result, and specially developed models in which such a factor is fundamental. This review is far from complete and covers only the most common applications of modeling. The use of adequate models will allow to form an adequate strategy of innovative development of the enterprise, to correctly assess its consequences, which will help consolidate the market position of the enterprise and increase its competitiveness. Therefore, we can say that the innovative development of an industrial enterprise in the context of globalization should be based on the marketing and logistics management concept, the essence of which is to realize the bilateral interests of market participants - both the economic agent initiating the exchange and its counterparty - the consumer. The results of the formed model of strategic innovation potential of the enterprise solve the problems of conformity of the number of employees and available resources to the production needs of the enterprise and become input parameters for its implementation, taking into account individual features of organization of enterprises, conditions of their functioning in the external environment, their logical sequence with the possibility of rational distribution of powers between the teams of different units, united by a common task. The clarity of the obtained results allows to change the type of innovation strategy in accordance with changes in the external and internal environment, focusing the attention of management on the reorientation of priorities of innovative development of the enterprise, which may arise in response to changes in the environment.

Key words: innovative resource potential, concepts of innovative development of enterprises, formation of models.

Постановка проблеми. Сучасний розвиток промислових підприємств має базуватися на ефективному використанні інноваційного ресурсного потенціалу. Формування ефективних концепцій інноваційного розвитку підприємств у більшій мірі залежить від стану та рівня їх ресурсного потенціалу, підвищення якого значно вплине на прибутковості підприємства та його результативну діяльність.

Стан розробленості проблематики. Проблемами формування ресурсного потенціалу промислових підприємств цікавилась велика когорта вчених, які у своїх дослідженнях по-різному трактують його структуру, складові елементи і особливо питання оцінки рівня їх використання. Однак єдино прийнятних узагальнень на сьогодні недостатньо для того, щоб однозначно сформулювати як визначення інноваційного ресурсного потенціалу, так і формування його ефективних моделей.

Мета статті полягає у аналізі взаємозв'язку різних концепцій формування інноваційного розвитку підприємств на основі використання ресурсного потенціалу, розробці алгоритму розподілу ресурсів в моделі стратегічного інноваційного розвитку суб'єктів господарювання.

Основний матеріал дослідження. У науковому доробку щодо ресурсного трактування підприємства [5] професор Б. Вернерфельт уперше звернув увагу на доцільність аналізу підприємства з погляду його ресурсів, а не продуктів та висловив гіпотезу, що підхід, заснований на знаходженні балансу між підтримкою наявних ресурсів і розвитком нових, може стати новою парадигмою дослідження стратегій. На відміну від моделі входу/виходу (модель В/В) ресурсна модель ґрунтується на твердженні, що внутрішньофірмове середовище у вигляді ресурсів і здатностей підприємства є важливішим для визначення стратегічних дій, ніж зовнішнє ринкове середовище. Модель В/В рекомендує фокусуватися на зборі ресурсів, необхідних для реалізації стратегії, що диктується умовами і обмеженнями зовнішнього середовища. Ресурсна модель закликає будувати стратегію з опорою на унікальні ресурси і здатності підприємства [1, 2]. Вибрана стратегія повинна дозволяти підприємству ефективніше використовувати свої основні здатності і переваги для застосування можливостей, що виникають у зовнішньому середовищі (рис. 1).



Рис. 1. Ресурсна модель отримання надприбутку підприємства*

*Сформовано автором на основі [5].

Відповідно до ресурсної моделі, конкурентна перевага підприємства створюється на основі її здатності зібрати і використовувати потрібну комбінацію ресурсів.

Стійка конкурентна перевага досягається шляхом постійного розвитку існуючих ресурсів і здатностей і створення нових у відповідь на швидкі зміни ситуації на ринках. Ресурсна модель стратегічного управління інноваційним розвитком підприємства звертає особливу увагу на створення економічної ренти за рахунок відмінних здатностей підприємства. Економічна рента, або економічна додана вартість (ЕДВ), – це те, що підприємства заробляють понад вартість капіталу, використаного в їх бізнесі. Це міра конкурентної переваги, а конкурентна перевага, у свою чергу, – це єдиний засіб, за допомогою якого підприємства можуть заробити економічну ренту на конкурентному ринку. Мета підприємства – збільшити економічну ренту, а не прибуток. Підприємства, які збільшують свої прибутки, але не свою економічну ренту (наприклад, за рахунок інвестицій і придбань, в яких прибутки не покривають вартості капіталу), руйнують самі себе [2, с. 31].

Під час формування конкурентної стратегії, керівництво в сучасних умовах, передусім, звертає увагу на такі чинники, як джерела майбутніх прибутків, постійно зростаюча невизначеність бізнес-середовища та інтенсивність конкуренції, популяризація інформаційних та комунікаційних бізнес-процесів, вимоги суспільства. У зв'язку з цим, варто акцентувати увагу на зміну поглядів на новітні моделі лідерства, які проявляються в тому, що топ-менеджери підприємств зараз потребують зовсім інших компетенцій, ніж раніше вони повинні моделювати процеси інноваційного розвитку підприємств.

Інша група концепцій [3, с. 6] ключовими виділяє джерела формування інноваційного ресурсного потенціалу, які стосуються зовнішнього оточення підприємства. Тут головним для підприємств вважається вміння швидко адаптуватися до змін зовнішнього середовища, наявність гнучкої організаційної структури та створення нових ринків для споживачів інноваційної продукції (рис. 2).

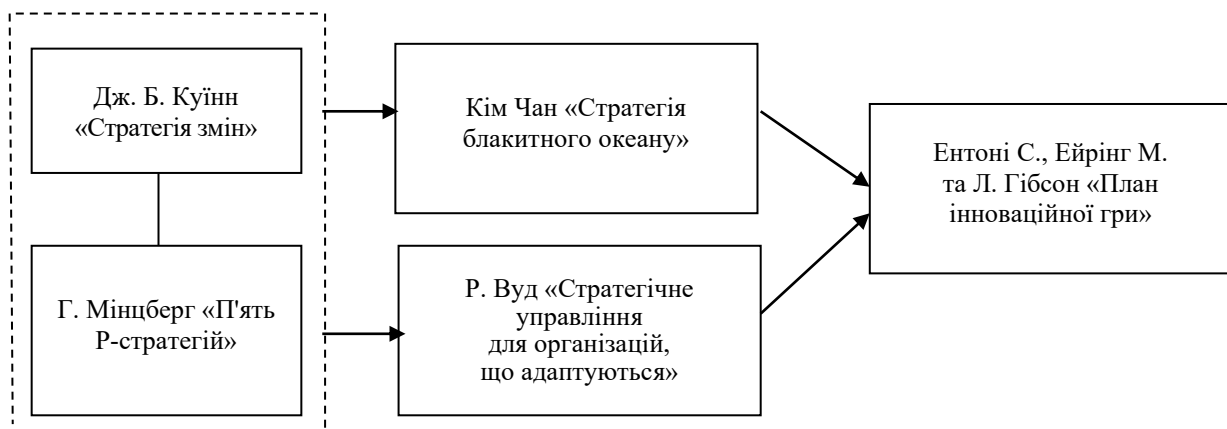


Рис. 2. Взаємозв'язок концепцій формування стратегій інноваційного розвитку підприємства,

що виділяють зовнішні ресурси формування конкурентних переваг

На основі аналізу концепцій формування стратегій підвищення рівня інноваційного ресурсного потенціалу, ми дійшли таких висновків:

- 1) у майбутньому успішно конкурувати зможе те підприємство, яке надаватиме споживачам справді унікальний товар, або саме створюватиме ринки за рахунок формування нових потреб у споживачів;
- 2) підприємство повинне мати гнучку організаційну структуру та вміння швидкої адаптації до інноваційних змін зовнішнього середовища;
- 3) конкурентна боротьба за підвищення рівня інноваційного ресурсного потенціалу зміститься у мережу Інтернет.

Звичайно залишаться і традиційні ринки, але важливим джерелом прибутку буде продаж через нові канали збуту. Тільки за умови розумної інтеграції до мережі Інтернет та ефективного контакту зі споживачами, можна буде стати лідером на ринку, оскільки комунікації матимуть визначальну роль.

Проаналізувавши роботи відомих науковців, які присвячені системі формування стратегії інноваційного розвитку та її елементам у хронологічному порядку, нами визначено, як змінювалися погляди та підходи до управління підприємством [3, 4].

Припустимо, що кожна запланована інновація повністю вибере виділений їй ресурс, отже, розв'язування задачі розподілу ресурсу буде зводитись до двох випадків: $\sum_{i=1}^n r_i^* \leq R$ або $\sum_{i=1}^n r_i^* > R$.

У випадку $\sum_{i=1}^n r_i^* \leq R$, розв'язок задачі набуває вигляду:

$$\varphi_1 = r_1^*, \varphi_2 = r_2^*, \dots, \varphi_n = r_n^*. \quad (1)$$

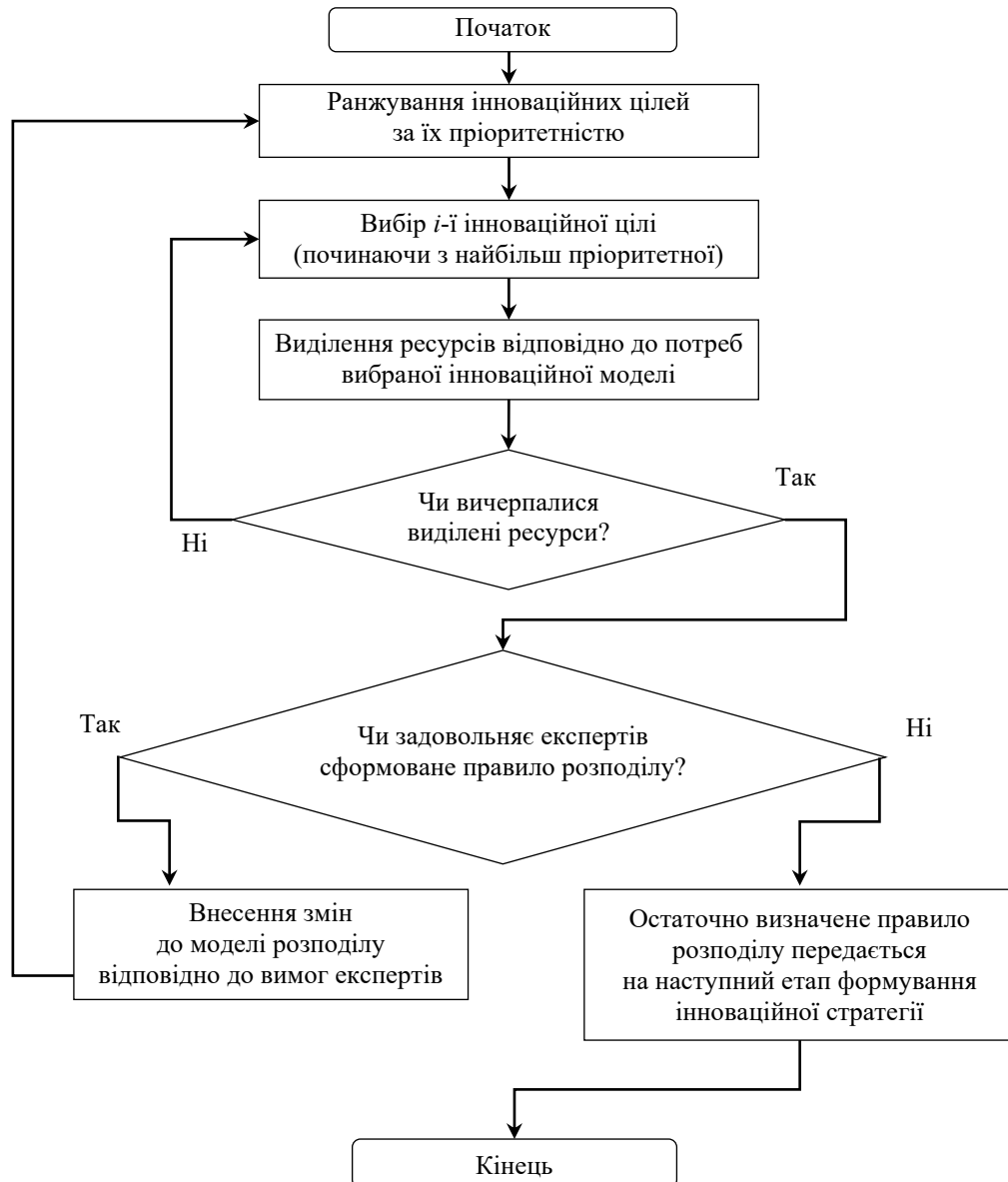


Рис. 3. Алгоритм розподілу ресурсів в моделі стратегічного інноваційного розвитку підприємства

У випадку $\sum_{i=1}^n r_i^* > R$ (дефіцит ресурсів) доцільно проводити розподіл ресурсів відповідно до

ступеня пріоритетності цілі за таким правилом: якщо ціль має високий рівень пріоритетності, її вимоги задовольняються в повному обсязі.

Нами розроблено алгоритм розподілу ресурсів в моделі стратегічного інноваційного розвитку підприємства (див. рис. 3), за допомогою якого можна розподілити ресурси підприємства в залежності від пріоритетності інноваційних ідей та інноваційних проєктів.

Для розв'язання задачі попередньо впорядкуємо показники пріоритетності $\check{P}_j(x_i)$ за зменшенням їх важливості, після чого вибір розв'язку задачі здійснюється за рахунок виконання багатокрокової процедури: якщо $r(x_1, \dots, x_{i+1}) < R$, то $r(x_i) = r^*(x_i)$, що означає, що відповідно до потреб та наявного ресурсного набору, ресурсами будуть забезпечені найбільш пріоритетні для підприємства інновації. У протилежному випадку кількість ресурсів вичерпується і процедура закінчується. На цьому кроці виконавці або повинні погодитися з отриманою альтернативою розподілу, або повторно виконати процедуру, збагативши модель визначення показників пріоритетності новою інформацією та перерахувавши значимість критеріїв.

Результати сформованої моделі стратегічного інноваційного потенціалу підприємства вирішують проблеми відповідності чисельності працівників та обсягів наявних ресурсів виробничим потребам підприємства та стають вхідними параметрами для її реалізації, з врахуванням індивідуальних особливостей організації діяльності підприємств, умов їх функціонування у зовнішньому середовищі, відображаючи взаємозв'язки між напрямками робіт у їх логічній послідовності з можливістю раціонального розподілу повноважень між колективами різних підрозділів, поєднаних загальним завданням. Наочність отриманих результатів дозволяє видозмінювати тип інноваційної стратегії відповідно до змін зовнішнього та внутрішнього середовища, акцентуючи увагу керівництва на переорієнтації пріоритетів інноваційного розвитку підприємства, яке може виникнути у відповідь на зміни середовища.

Подібний підхід до моделювання інноваційного потенціалу підприємства забезпечує гнучкість системи стратегічного управління інноваційною діяльністю, дозволяє врахувати фактор невизначеності, коли інноваційні цілі підприємства задаються нечіткими множинами, представити інформацію про взаємозв'язок критеріїв оцінки у вигляді нечітких експертних виразів, дослідити ефективність та пріоритетність запланованих інновацій. Запропонована модель має цілком формалізований вид і може бути реалізована на ЕОМ з використанням стандартних пакетів програм, що підвищує оперативність і точність робіт.

Висновки. Таким чином, оцінка моделей стратегічного інноваційного розвитку підприємств вказує на наявність значної кількості різноманітних підходів до моделювання інноваційної діяльності суб'єктів господарювання.

Слід зазначити, що для опису інноваційних процесів застосовуються як класичні економіко-математичні моделі, які адаптуються з урахуванням впливу інноваційного чинника на кінцевий результат, так і спеціально розроблені моделі, в яких такий чинник є основоположним. Наведений огляд є далеко не повним і охоплює лише найбільш поширені напрями застосування моделювання. Зокрема, потребують окремої уваги дослідження економіко-математичних моделей оцінювання інноваційного потенціалу, використання експертних методів оцінювання інноваційної діяльності, використання засобів прогнозування інноваційного розвитку підприємства тощо.

Вибір конкретної моделі залежить від видів діяльності, регіональних та галузевих особливостей впровадження інновацій, їх масштабності, залучених ресурсів тощо. Застосування адекватних моделей дозволить сформувати адекватну стратегію інноваційного розвитку підприємства, правильно оцінити її наслідки, що сприятиме закріпленню ринкових позицій підприємства і підвищенню його конкурентоспроможності. Відтак, можемо стверджувати, що інноваційний розвиток промислового підприємства в умовах глобалізації потребує всебічного використання маркетингових та логістичних підходів, тобто має опиратися на маркетингово-логістичну концепцію управління, суть якої полягає в реалізації двосторонніх інтересів учасників ринкового обміну як економічного агента, що є ініціатором обміну, так і його контрагента, що є споживачем.

Література

1. Бородіна О. А. Інтеграція логістики та маркетингу для формування інноваційного потенціалу економіки / О. А. Бородіна // Reporter of the priazovskyi state technical university. Section: Economic sciences. – 2016. – Issue 31. – Vol. 1. – P. 78.
2. Карлофф Б. Деловая стратегия / Б. Карлофф; [пер. с англ.]. – М.: Экономика, 1991. – 239 с.
3. Минцберг Г. Стратегический процесс / Г. Минцберг, Дж. Куинн; пер. с англ., под ред. Ю. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2001. – 688 с.
4. Рогоза М. Є. Стратегічний інноваційний розвиток підприємств: моделі та механізми: монографія / М. Є. Рогоза, К. Ю. Вергал. – Полтава: ПБВ ПУЕТ, 2011. – 136 с.
5. Wernerfelt B. Resource-Based View of the Firm / B. Wernerfelt // Strategic Management Journal. – 1984. – Vol. 5. – № 2. – P. 171–180.

References

1. Borodina O. A. Intehratsiia lohistyky ta marketynhu dlia formuvannia innovatsiinoho potentsialu ekonomiky / O. A. Borodina // Reporter of the priazovskyi state technical university. Section: Economic sciences. – 2016. – Issue 31. – Vol. 1. – R. 78.
2. Karloff B. Delovaya strategiya / B. Karloff ; [per. s angl.]. – M. : Ekonomika, 1991. – 239 s.
3. Minberg G. Strategicheskij proces / G. Minberg, Dzh. Kuinn ; [per. s ang., pod red. Yu. Kapturevskogo]. – SPb : Piter, 2001. – 688 s.
4. Rohoza M. Ye. Stratehichniy innovatsiinyi rozvytok pidpriemstv: modeli ta mekhanizmy : monohrafiia / M. Ye. Rohoza, K. Yu. Verhal. – Poltava : RVV PUET, 2011. – 136 s.
5. Wernerfelt B. Resource-Based View of the Firm / B. Wernerfelt // Strategic Management Journal. – 1984. – Vol. 5. – № 2. – P. 171–180.

Надійшла / Paper received: 18.08.2020

Надрукована / Paper Printed : 28.09.2020