

ФОРМУВАННЯ ЗНАННООРІЄНТОВАНИХ СТРАТЕГІЙ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

д.е.н., проф. Ілляшенко С.М.

Сумський державний університет (Україна)

Вища школа економіко-гуманітарна, м. Бельсько-Бяла (Республіка Польща)

В останні десятиліття ХХ ст. серед факторів економічного зростання на чільні позиції вийшли інноваційні, що базуються на інформації і знаннях, які стали рушійною силою й обмежуючим фактором економічного розвитку. В цих умовах актуалізується проблема формування механізмів управління продукуванням і комерціалізацією знань як на рівні держави, так і окремих господарюючих суб'єктів. Її розв'язання дозволить обґрунтовано визначати пріоритетні напрямки продукування знань, з урахуванням світових тенденцій і наявного потенціалу, обирати ефективні шляхи їх комерціалізації: втілення у нові продукти, технології їх розроблення і виготовлення, методи управління виробництвом і збутом.

У наявних дослідженнях вітчизняних та зарубіжних науковців розглядається, в основному, загальна проблематика управління знаннями на підприємствах та установах без висвітлення особливостей їх переходу на шлях інноваційного розвитку. Практично залишилися поза увагою дослідження, що стосуються аналізу ролі знань у забезпеченні інноваційного зростання підприємств, конкретизації та забезпечення узгодженої взаємодії видів знань, які необхідні для розроблення їх стратегій інноваційного розвитку, управління знаннями інноваційно-орієнтованих підприємств тощо. Розв'язання зазначених питань дозволить цілеспрямовано управляти продукуванням і комерціалізацією актуальних знань на підприємстві, обирати на цій основі ефективні, з огляду на зовнішні і внутрішні умови, напрями його інноваційного розвитку [1].

Відповідно до цього проведено комплекс досліджень метою яких було розроблення концептуальних засад формування знанноорієнтованих стратегій інноваційного розвитку підприємства.

Виділення видів знань, на основі яких формується стратегія інноваційного розвитку, виконано у процесі аналізу виділених автором етапів її розроблення:

1. Прогнозування перспективних напрямів розвитку галузі (ринку) у якій працює підприємство;
2. Визначення пріоритетних для підприємства напрямів інноваційного розвитку ринкових можливостей.
3. Розроблення стратегії інноваційного розвитку.

За результатами аналізу систематизовано основні види знань (знання про стан макро- та мікросередовища, знання про поточні фази економічних циклів, знання про власні можливості підприємства – його потенціал інноваційного розвитку, знання про етапи життєвого циклу інноваційної продукції) та розроблена схема їх взаємодії в процесі розроблення стратегії інноваційного розвитку підприємства. При цьому мова йде не стільки про професійні знання персоналу підприємства підходи до управління якими є достатньо дослідженими, а більшою мірою про наукові й технічні знання які дозволять обрати і реалізувати наявні і перспективні напрямки інноваційного розвитку ринкових можливостей. До них, зокрема, слід віднести:

1. Наукові знання, що стосуються: циклічності економічного розвитку і підходів до визначення фаз економічних циклів; методів прогнозування тенденцій розвитку складових зовнішнього макросередовища; методів прогнозування тенденцій розвитку науки і техніки у галузі у якій працює аналізоване підприємство, суміжних галузей, а також їх впливу на галузь (галузі) тощо.

2. Науково-технічні знання, що стосуються: відкриттів; останніх науково-технологічних досягнень у галузі в якій працює підприємство і які зафіксовані в об'єктах промислової власності (патентах, корисних моделях, промислових зразках, ноу-хау тощо), наукових монографіях і статтях, оприлюднені на науково-практичних конференціях; раціоналізаторських пропозицій працівників підприємства; джерел, алгоритмів і процедур пошуку, аналізу, систематизації і відбору науково-технічної інформації; методів і процедур діагностики стану ПІР підприємства тощо. Зазначені знання у поєднанні зі знаннями про потенціал інноваційного розвитку підприємства дозволяють обрати раціональні шляхи реалізації і посилення наявних конкурентних переваг підприємства, які лежать у руслі випереджального інноваційного розвитку.

Розроблено матричну модель для вибору стратегії інноваційного розвитку підприємства, яку доцільно застосовувати залежно від типу інноваційного циклу його конкретних продуктових інновацій, а також обраного типу інноваційного бізнесу.

Розроблено підхід до побудови концептуальної схеми управління знаннями на підприємстві, яке розвивається інноваційним шляхом. Запропоновано структуру системи управління знаннями, що включає підсистеми: навчання, продукування знань, використання знань. Визначено і систематизовано завдання складових підсистеми продукування знань (НДДКР і маркетингу знань) на етапах інноваційного циклу. Запропоновано підхід до визначення пріоритетності підсистем системи управління знаннями підприємства залежно від обраного типу інноваційного бізнесу.

1. Ілляшенко С. М. Концептуальні засади маркетингового прогнозування стратегічних напрямів науково-технологічного інноваційного розвитку України на основі експертних оцінок / С. М. Ілляшенко // Вісник національного університету «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління. – 2010. № 668. - С. 68-74.

Ілляшенко, С.М. Формування знаннеорієнтованих стратегій інноваційного розвитку підприємства [Текст] / С.М. Ілляшенко // Економічні проблеми сталого розвитку: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції імені проф. Балацького О. Ф., м. Суми, 27 травня 2015 р. / За заг. ред. О.В. Прокопенко, М.М. Петрушенка. – Суми: СумДУ, 2015. – С. 25-26.