

10. Тарасюк Г.М. Управління проектами: Навч. посібник для студентів ВНЗ. – 2-ге вид. – К.: Каравела, 2006. – 320 с.
11. Череп А.В. Инвестознавство: Підручник. – К.: Кондор, 2006. – 398 с.
12. Чорна М.В. Проектний аналіз: Навч. посібник. – Х.: Консум, 2003. – 228 с.

Ключові слова: підприємство, інвестиції, ефективність, оцінка, інвестиційний проект, методика, інвестиційний аналіз.

Ключевые слова: предприятие, инвестиции, эффективность, оценка, инвестиционный проект, методика, инвестиционный анализ.

Keywords: enterprise, investment effectiveness, valuation, the investment project, methods, investment analysis

УДК 658.152.001.76

РОЗРОБКА ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА НА ЕТАПАХ ЙОГО ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ

Городецка Т. Б., асистент кафедри менеджменту Одеського національного політехнічного університету

Городецка Т. Б. Розробка інноваційно-інвестиційної стратегії промислового підприємства на етапах його життєвого циклу.

В статті обґрунтовано необхідність формування на підприємстві інвестиційно-інноваційної стратегії на етапах його життєвого циклу, яка є одним з ефективних інструментів управління інвестиційною діяльністю підприємства. З метою визначення найбільш ефективних стратегій підприємства запропоновано класифікацію стратегій за етапами його життєвого циклу. Визначено, що майбутнє управління інноваційно-інвестиційними процесами залежить до відкритих структур, які реалізують інноваційно-інвестиційні проекти через мережу віртуальних суб'єктів, які співпрацюють в реалізації складних інновацій. На різних етапах життєвого циклу промислового підприємства динамічно змінюється: швидкість зміни характеру бізнесу, варіанти оперативного управління бізнес-процесами, динаміка способу життя споживачів і їх запитів. Це вимагає розробки та реалізації інноваційно-інвестиційних стратегій. Впровадження запропонованих стратегій дозволить підприємствам модернізувати стратегічну діяльність за рахунок врахування особливостей залежно від етапу життєвого циклу. Результати досліджень щодо впливу етапу життєвого циклу підприємства на реалізацію певної стратегії дозволяють суттєво підняти результативність розробки стратегії. В статті запропоновано концептуальну схему формування стратегії підприємства, в основі якої лежить зв'язок між життєвим циклом підприємства та його стратегією. Розроблена схема надає можливість послідовного формування стратегічних категорій менеджменту залежно від етапу життєвого циклу підприємства, що суттєво впливає на ефективність формування та реалізації його стратегії. Визначено, що залежно від етапу розвитку підприємства ключові компетенції, які визначають конкурентоспроможність підприємства, можуть бути як метою розвитку підприємства, так і засобом його розвитку, за допомогою якого буде досягнуто його стратегічні цілі.

Городецкая Т. Б. Разработка инновационно-инвестиционной стратегии промышленного предприятия на этапах его жизненного цикла.

В статье обоснована необходимость формирования на предприятии инвестиционно-инновационной стратегии на этапах его жизненного цикла, которая является одним из эффективных инструментов управления инвестиционной деятельностью предприятия. С целью определения наиболее эффективных стратегий предприятия предложена классификация стратегий по этапам его жизненного цикла. Определено, что будущее управления инновационно-инвестиционными процессами зависит в открытых структур, реализующих инновационно-инвестиционные проекты через сеть виртуальных субъектов, которые сотрудничают в реализации сложных инноваций. На разных этапах жизненного цикла промышленного предприятия динамично меняется: скорость изменения характера бизнеса, варианты оперативного управления бизнес-процессами, динамика образа жизни потребителей и их запросов. Это требует разработки и реализации инновационно-инвестиционных стратегий. Внедрение предложенных стратегий позволит предприятиям модернизировать стратегическую деятельность за счет учета особенностей в зависимости от этапа жизненного цикла. Результаты исследований влияния этапа жизненного цикла предприятия на реализацию определенной стратегии позволяют существенно поднять результативность разработки стратегии. В статье предложена концептуальная схема формирования стратегии предприятия, в основе которой лежит связь между жизненным циклом предприятия и его стратегией. Разработанная схема предоставляет возможность последовательного формирования стратегических категорий менеджмента зависимости от этапа жизненного цикла предприятия, что существенно

влияет на эффективность формирования и реализации его стратегии. Определено, что в зависимости от этапа развития предприятия ключевые компетенции, которые определяют конкурентоспособность предприятия могут быть как целью развития предприятия, так и средством его развития, с помощью которого будет достигнуто его стратегические цели.

Gorodetskaya T. The development of innovative investment strategies of the industrial enterprise on the stages of its life cycle.

In the article need of formation at the enterprise of investment and innovative strategy at stages of its life cycle which is proved to be one of the effective management instruments of investment activity of the enterprise. For the purpose of definition of the most effective strategy of the enterprise classification of strategy by stages of its life cycle is offered. It is defined that the future of management of innovative and investment processes depends in open the structures realizing innovative and investment projects through a network of virtual subjects which cooperate in realization of difficult innovations. At different stages of life cycle of the industrial enterprise dynamically changes: speed of change of nature of business, options of operational management of business processes, dynamics of a way of life of consumers and their inquiries. It demands development and realization of innovative and investment strategy. Introduction of the offered strategy will allow the enterprises to modernize strategic activity at the expense of the accounting of features depending on a stage of life cycle. Results of researches of influence of a stage of life cycle of the enterprise on realization of a certain strategy allow lifting productivity of development of strategy significantly. In article the conceptual scheme of formation of strategy of the enterprise at the heart of which communication between life cycle of the enterprise and its strategy lies is offered. The developed scheme gives opportunity of consecutive formation of strategic categories of management of dependence on a stage of life cycle of the enterprise that significantly influences efficiency of formation and realization of its strategy. It is defined that depending on a stage of development of the enterprise key competences which define competitiveness of the enterprise can be both the purpose of development of the enterprise, and means of its development by means of which it will be reached its strategic objectives.

Постановка проблеми. Сучасний етап розвитку економіки, що характеризується кризовими явищами, їх наслідками та суттєвим впливом непередбачуваних факторів, змушує підприємства машинобудування шукати шляхи подальшого розвитку. Одним з таких шляхів є розробка та впровадження стратегії підприємства. У зв'язку з цим виникає об'єктивна необхідність у поглибленні наукових знань щодо проблемних аспектів формування і реалізації стратегії розвитку національної економіки, серед яких одне із провідних місць займають питання формування ефективної стратегії підприємств машинобудування. Саме підприємства машинобудування здатні забезпечити високу конкурентоспроможність продукції вітчизняних підприємств на внутрішньому і світових ринках.

Машинобудування – один з найважливіших видів економічної діяльності. Проте аналіз державних програм розвитку машинобудування в нашій країні і сучасний стан галузі дозволяє зробити висновок, що політика держави в цьому напрямку є неефективною. Про це свідчать такі результати: основні фонди підприємств галузі машинобудування перебувають на межі критичного стану й потребують невідкладних заходів, спрямованих на їх відновлення; фінансовий стан підприємств галузі є незадовільним; ринки збуту продукції звужуються і зазнають потужного впливу з боку неекономічних факторів. Така ситуація викликає необхідність вдосконалення процесу формування стратегії підприємств машинобудування за рахунок врахування етапу життєвого циклу, на якому перебуває окреме підприємство.

Складність вирішення цього завдання полягає в тому, що, з одного боку, відсутній механізм врахування етапу життєвого циклу підприємства при формуванні його стратегії, а з іншого – у підприємств немає досвіду і персоналу, здатного якісно реалізовувати розроблену стратегію. Тому для вітчизняної економічної науки є актуальним дослідження особливостей впливу життєвого циклу на стратегію, яка обирається залежно від рівня розвитку підприємства.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питанням формування інноваційно-інвестиційної стратегії підприємства присвячено значну кількість наукових праць, зокрема: І. Адізеца, Р. Акоффа, І. Ансоффа, К. Боумена, Дж. Джонсона, М. Мескона, Г. Мінцберга, М. Портера, А. Стрікленда, А. Томпсона, Дж. Траута та ін. Серед наукових досліджень вітчизняних вчених з питань формування стратегії підприємства слід виділити праці таких вчених, як О. Амоша, І. Бланк, О. Вакульчик, В. Геєць, В. Градісов, А. Задоя, О. Зборовська, О. Ісаєва, С. Кривченко, Ю. Макогон, В. Мартиненко, В. Момот, Ю. Морозов, В. Павлова, В. Пономаренко, А. Поручник, Н. Татаренко, В. Ткаченко, Б. Холод, М. Чумаченко, З. Шершньова та ін. Проте, незважаючи на достатньо велику кількість досліджень у цій сфері, більшість наукових праць мають загальнотеоретичний характер або ж розглядають проблеми формування інноваційно-інвестиційної стратегії підприємства без врахування особливостей етапу його розвитку. Недостатньо повно в науковій літературі опрацьовано проблеми формування місії та цілей підприємства відповідно до етапу життєвого циклу. Існує зовсім мало наукових праць, що присвячені проблемам врахування особливостей етапу життєвого циклу у стратегії для підприємств машинобудування. Тому сьогодні існує потреба наукового пошуку нових підходів щодо вдосконалення формування і реалізації інноваційно-інвестиційної стратегії. На різних етапах життєвого циклу промислового підприємства динамічно змінюється: швидкість зміни характеру бізнесу, варіанти оперативного управління бізнес-процесами, динаміка способу життя споживачів і їх запитів. Це вимагає розробки та реалізації інноваційно-інвестиційних стратегій згідно урядових програм.

Ціль статті. Розробити інноваційно-інвестиційну стратегію промислового підприємства на етапах його життєвого циклу.

У зв'язку з цим пропонується сформулювати поняття інноваційно-інвестиційної стратегії таким чином: інноваційно-інвестиційна стратегія являє собою оцінку майбутнього стану ринку нових технологій та нової продукції, які стимулюють, зосереджують та направляють потенціал працівників підприємства на позитивні перетворення підприємства згідно урядових програм (визначення автора).

Ступінь реалізації інноваційно-інвестиційної визначається етапом життєвого циклу підприємства, кожен з яких відповідає певному стану соціально-економічної системи та визначають тип організації підприємства. У зв'язку з цим розглядаються чотири типи підприємств (або стратегій) [2]: експлеренти, пацієнти, віоленти, комутанти. Кожен з етапів має свої особливості. Якщо експлерентний етап відповідає зародженню підприємства в ринковій економічній середовищі, формуванню її первісної структури; то пацієнтний - стадії росту підприємства; віолентний - її зрілості; комутантна - стадії занепаду, старіння, коли найбільш значимі параметри життєдіяльності значно погіршуються, а розвиток, що розуміється як подальше вдосконалення, втрачає сенс. Виділяють ще п'ятий етап, званий летантним, але він характеризується деструктуризацією підприємства, припиненням його існування в колишньому вигляді, отже, ні про які інновації на цьому етапі не може бути й мови. Таким чином, тільки на чотирьох етапах розвитку підприємства здатні до інноваційних перетворень. Відповідно на кожному етапі підприємства будуть дотримуватися різних стратегій. Так, підприємство-експлерент буде концентрувати свою увагу на швидкому та ефективному захопленні ринку з унікальним продуктом, швидше за все не мають близьких аналогів на території. Детальніше основні характеристики організацій в залежності від етапу їх циклічного розвитку, їх переваги з точки зору інноваційно-інвестиційного розвитку, а також можливі причини і наслідки криз представлені у таблиці 1.

Таблиця 1 - Типи організацій залежно від етапу циклічного розвитку підприємства

Експлеренти	Пацієнти	Віоленти	Комутанти	Можливі наслідки криз для регіону, де розташовані підприємства
Незначно впливають на загальну ринкову систему в країні (регіоні), оскільки ці підприємства нечисленні з персоналу, займають незначну частку, а їх персонал психологічно готовий до невдачі. Діяльність підприємства може представляти екологічну загрозу для регіону. Держава повинна підтримувати їх, оскільки основна частка інновацій може бути здійснена, впроваджена вперше на ринок виключно за рахунок цих	Оскільки вони є як би перехідною формою між Експлерент (дрібні пацієнти) і віолентами (великі пацієнти), то чиниться на регіон вплив і експлерентів, і віолентів (в залежності від розміру підприємств)	Завдяки своїм розмірам роблять значний вплив на ринкову ситуацію. Банкрутство / розпад може спричинити важкі економічні, соціальні, політичні наслідки як в регіоні розташування підприємства, так і в масштабах країни. Такі підприємства гостро мають потребу в антикризовому управлінні	Самі комутанти вже найчастіше знаходяться в кризовому становищі, адже розпад віолентів на дрібні підприємства-комутанти - це вже криза. Криза комутантов чреватий для регіону екологічною загрозою, а також соціальною нестабільністю.	

Виходячи з принципу маркетингу та антикризового управління, можна припустити для підприємств, що здійснюють інноваційно-інвестиційну діяльність, стратегію просування на ринок інноваційних продуктів (як кінцевого підсумку інноваційно-інвестиційної діяльності) у відповідності з правилами боротьби за споживача [1] (табл. 2).

Результат застосування до перерахованих типів підприємств корпоративних (еталонних, базисних) стратегій, що відображають чотири різних підходи до зростання підприємства і пов'язані зі зміною одного або декількох елементів (продукт, ринок, галузь, положення підприємства всередині галузі, технологія), представлено у табл. 3.

Однак використання тільки одного типу маркетингової стратегії припустиме лише в тому випадку, якщо підприємство випускає продукцію, подібну по займає позиціям на ринку (мала / велика частка на ринку). В іншому випадку для кожного виду продукції слід вибрати свою маркетингову стратегію.

Таблиця 2 - Вибір типу маркетингової війни

Експлеренти	Патієнти	Віоленти	Комутанти
флангова війна Підприємство розширює ринок новим продуктом і міцно закріплює цей сегмент за собою на раніше, ніж на нього вийдуть конкуренти. При веденні флангової війни ні в якому разі не можна використовувати спробний маркетинг, потрібно все по військовому секретно готувати, збирати гроші (тому що створювати категорію за відсутності коштів на закріплення не має сенсу)	наступальна війна Такий тип війни можуть використовувати не лідери, але дуже сильні підприємства, тобто патієнти (вкрай агресивні в своїх діях і не звертають уваги на зовнішнє середовище). У них є достатньо великі ресурси для атаки лідера. Але атакувати потрібно хитро - «в слабке місце в стилі лідера», адже будь-яка перевага лідера обов'язково містить в собі якісь мінуси. На цих мінусах і потрібно сконцентруватися конкурентам. Обов'язковою умовою є можливість проводити настільки ж масштабні, що і у лідера, рекламні кампанії - інакше нічого не вийде.	оборонна війна Якщо підприємство добилося лідируючого положення, то це означає, що у неї є гарне конкурентну перевагу (унікальні характеристики товару), споживачі про це знають. Плюс до всього саме лідерство посилює позицію підприємства. Адже у кожного з нас існують певні ілюзії сприйняття: більшість не може помилятися, лідер завжди кращий і т.д. Завдання лідера - збільшити або хоча б утримати частку ринку. Цього можна досягти постійним поліпшенням свого товару, копіюванням вдалих ідей конкурентів, розширенням ринку	партизанська війна Підприємство, провідне таку війну, має шукати невеликий сегмент, який не цікавий великим підприємствам, і працювати в ньому. Сегмент можна знайти за різними ознаками: географічним (маленькі місцеві підприємства), демографічним. Можна створити унікальний продукт для невеликої цільової аудиторії. Перевагою є те, що маленьке підприємство дуже мобільно, підлаштовується під умови, що змінюються. «Партизан» також дуже добре знає свого клієнта і може задовольняти його потреби краще за інших

Таблиця 3 - Види еталонних стратегій, що використовують підприємства різних типів (складено на основі [3])

Стратегії	Експлеренти	Патієнти	Віоленти	Комутанти
Стратегії концентрованого зростання				
Захват ринку	x	x	x	
Розвиток ринку		x	x	
Розвиток продукту	x	x	x	
Стратегії інтегрованого зростання				
Пряма інтеграція			x	x
Зворотній інтеграція			x	x
горизонтальна інтеграція			x	x
Стратегії диверсифікованого зростання				
Концентрична (централізована) диверсифікація			x	x
Горизонтальна диверсифікація		x	x	
Конгломератна диверсифікація			x	x
Стратегії скорочення				
Скорочення витрат		x	x	x
Ліквідація	x	x	x	x

Висновки. Таким чином, на основі результатів досліджень можна зробити наступні висновки: підприємства всіх типів потребують підтримки держави і використанні антикризових заходів для управління ними, оскільки в разі краху можуть завдати шкоди території; розвиток підприємств усіх типів можливо за рахунок продуманої інноваційної та соціальної політики керівництва; успіх інноваційної продукції залежить від правильного вибору як корпоративної, так і маркетингової стратегії. В цілому слід відзначити, що майбутнє управління інноваційно-інвестиційними процесами залежить до відкритих структур, які реалізують інноваційно-інвестиційні проекти через мережу віртуальних суб'єктів, які співпрацюють в реалізації складних інновацій.

Список використаних джерел:

1. Кристен К. Дилемма инноватора / К. Кристен ; [пер. с англ.]. – М.: Альпинка Бизнес Букс, 2004. – 239 с.
2. Черваньов Д. М. Менеджмент інноваційного розвитку підприємств України / Д. М. Черваньов, Л. І. Рейкова. - К.: Знання, 1999. – 514 с.
3. Чухрай Н. Товарна інноваційна політика: управління інноваціями на підприємстві : [підручник] / Н. Чухрай, Р. Патора. – К.: КОНДОР, 2006. – 398 с.

Ключові слова: підприємство, інноваційно-інвестиційна діяльність, інноваційно-інвестиційна стратегія, життєвий цикл.

Ключевые слова: предприятие, инновационно-инвестиционная деятельность, инновационно-инвестиционная стратегия, жизненный цикл.

Keywords: enterprise, innovation and investment, innovation and investment strategy, life cycle.

УДК 334.7:332.1

КОНЦЕПЦИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ УКРАИНЫ НА ОСНОВЕ КЛАСТЕРНОГО ПОДХОДА

Дерев'янку Т. А., к.э.н., доцент кафедры инноватики и управления ГВУЗ «Приазовский государственный технический университет», г. Мариуполь

Дерев'янку Т.А. Концепція формування інноваційної економіки України на основі кластерного підходу.

Тривале відставання економіки України від економік розвинених країн і необхідність зберегти конкурентоспроможність на зовнішніх і внутрішніх ринках об'єктивують необхідність формування концепції науково-виробничої кооперації виробничих підприємств країни, властивій інноваційній економіці або економіці знань. Зроблений висновок про недостатню ефективність існуючих в економіці України інноваційних структур порівняно з подібними структурами західних країн. На основі аналізу публікацій по темі статті і був зроблений висновок про необхідність подальшого дослідження концептуальних підходів до формування інноваційних структур в економіці України з урахуванням її особливостей. Розглянуті основні параметри інноваційної економіки і характерні для неї інноваційні структури. Приведено обґрунтування доцільності пріоритетного використання інноваційних кластерів в економіці України, правові, економічні і організаційні основи яких регулюються Комплексом Законів і Постанов про інноваційну діяльність. На основі системного підходу сформульована концепція розвитку кластерних структур, що враховує цілі створення, завдання і наслідки їх функціонування. Акцентована увага на визначальному впливі на ефективність інноваційних кластерів їх ресурсного забезпечення. Дослідження ресурсного забезпечення, необхідного для формування інноваційних структур і їх успішного функціонування, показало не достатність ресурсної бази і не можливість її швидкого оновлення, що актуалізує завдання дослідження і формування ресурсної бази з метою ефективної кластеризації економіки країни.

Дерев'янку Т.А. Концепция формирования инновационной экономики Украины на основе кластерного подхода.

Длительное отставание экономики Украины от экономик развитых стран и необходимость сохранить конкурентоспособность на внешних и внутренних рынках объективируют необходимость формирования концепции научно-производственной кооперации производственных предприятий страны, свойственной инновационной экономике или экономике знаний. Сделан вывод о недостаточной эффективности существующих в экономике Украины инновационных структур в сравнении с аналогичными структурами западных стран. На основе анализа публикаций по теме статьи и был сделан вывод о необходимости дальнейшего исследования концептуальных подходов к формированию инновационных структур в экономике Украины с учетом ее особенностей. Рассмотрены основные параметры инновационной экономики и характерные для нее инновационные структуры. Приведено обоснование целесообразности приоритетного использования инновационных кластеров в экономике Украины, правовые, экономические и организационные основы которых регулируются Комплексом Законов и Постановлений об инновационной деятельности. На основе системного подхода сформулирована концепция развития кластерных структур, учитывающая цели создания, задачи и последствия их функционирования. Акцентируется внимание на определяющем влиянии на эффективность инновационных кластеров их ресурсного обеспечения. Исследование ресурсного обеспечения, необходимого для формирования инновационных структур и их успешного функционирования, показало не достаточность ресурсной базы и не возможность ее быстрого обновления, что актуализирует задачи исследования и формирования ресурсной базы с целью эффективной кластеризации экономики страны.