

стійких збитків впродовж тривалого періоду, що викликало втрату фінансової стійкості більшості промислових підприємств Запорізького регіону.

В обидва кризові періоди (2008 – 2009 рр. і 2013 – 2014 рр.) фінансові результати діяльності у промисловості демонстрували стрімкий обвал[2].

Економічною передумовою тривалої збиткової діяльності промислових підприємств (втратою економічної безпеки) є низька, у порівнянні з європейською продукцією, конкурентоспроможність продукції вітчизняного виробника. Це питання навіть не одного десятиріччя, тому його вирішення можливе лише за умов: повного переоснащення виробничих систем (обладнання) промислових підприємств; впровадження новітніх технологій; використання прогресивних матеріалів; розробки нових видів продукції, що потребує значних капіталовкладень.

Розглядаючи промислове підприємство як відкриту соціально-економічну систему, ідентифікувати рівень економічної безпеки доцільно в кожній функціональній складовій підприємницької діяльності: виробничій, комерційній, фінансовій, управлінській та складовій сталого розвитку. Відновлення економічної безпеки у промисловості це складний та довготривалий процес, який потребує системного підходу, тому і функціональні сфери ідентифікації економічної безпеки промислового підприємства доцільно розглядати з системних позицій, ґрунтуватись вони повинні на процесному підході, а процеси – здійснюватись та удосконалюватись з урахуванням постійного моніторингу впливу систематизованих чинників.

Література

1. Глобальна фінансова криза 2008 року. Вікіпедія. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/>(дата звернення 14.04.2020).

2. Україна: від кризи до кризи. URL: http://razumkov.org.ua/upload/ukraine-vid_kryzy_doKryzy.pdf (дата звернення 15.04.2020).

Філіпішина Л. М.

доктор економічних наук, професор

Буханець В. О., студентка

Національний університет кораблебудування ім. адмірала Макарова
м. Первомайськ, Україна

БІЗНЕС-МОДЕЛІ ТА СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

Проблеми економічного зростання, підвищення конкурентоспроможності в умовах інформаційно-технологічної революції можуть бути вирішені за допомогою ефективних стратегій інноваційного розвитку. В умовах динамічного розвитку ринкового середовища, в якому функціонує підприємство, єдино правильним напрямом розвитку підприємства залишається інноваційний. Під інноваційною стратегією, як правило, розуміють погоджену сукупність інноваційних рішень, що здійснюють

визначальний вплив на діяльність підприємства. Інноваційна стратегія забезпечує ефективну динаміку розвитку процесу відтворення на підприємстві.

Головні завдання інноваційної стратегії:

- ефективний розподіл і використання наявних ресурсів і можливостей, необхідних для розвитку на основі інновацій і інноваційної діяльності (потенціалу інноваційного розвитку);

- адаптація до змін умов зовнішнього середовища шляхом пошуку нових способів і сфер реалізації потенціалу підприємства, приведення у відповідність внутрішніх можливостей розвитку до зовнішніх, які генеруються ринком.

Розглянемо детальніше особливості формування (розробки) інноваційної стратегії розвитку підприємства [2, с. 82]. Її доцільно розглядати на трьох рівнях узагальнення:

1) корпоративному, на якому розробляються загальні засади інноваційної стратегії як складової загальноекономічної стратегії розвитку (поряд з маркетинговою, кадровою, фінансовою, технологічною та іншими складовими), проводиться її взаємне узгодження з іншими функціональними стратегіями. Особливу увагу слід приділяти взаємному узгодженню інноваційної, маркетингової та фінансових стратегій, які, власне, і визначають успіх інноваційної діяльності, у тому числі товарних інновацій;

2) бізнес-рівні, що передбачає розробку в межах інноваційної стратегії заходів щодо розроблення й упровадження інновацій для кожної зі стратегічних зон господарювання (для кожного з бізнес-проектів, які охоплюють окремий ринок, його сегмент чи нішу або окрему товарну групу). На цьому рівні приймають стратегічні рішення щодо модифікації існуючої товарної номенклатури й товарного асортименту, які передбачають генерування ідей нових (модифікованих) товарів і їх відбір, розроблення задуму товарів і перевірку;

3) власне товарному рівні, на якому розробляють товарну інноваційну стратегію і маркетингові програми з просування кожної з товарних інновацій (у межах окремих бізнес-проектів) на ринку. Вони містять: аналіз поточної маркетингової ситуації на ринку і перспектив її розвитку, аналіз ринкових позицій і перспектив підприємства та його продукції (як традиційної, так і нової), детальний опис комплексу маркетингу для кожної асортиментної групи і товарної одиниці [1, с. 132].

Бізнес-модель підприємства доцільно трактувати як сукупність елементів, які характеризують принципово відмінну від конкурентів логіку його функціонування, на основі використання ключових компетенцій, для максимально ефективного розподілу стратегічних ресурсів у системі бізнес-процесів із метою створення продукту (послуги), що відповідає пріоритетам споживачів.

Можна виокремити 5 змістовних блоків, які об'єднують основні елементи бізнес-моделі підприємства [4, с. 203]:

I Блок «Зміст цінності» (що визначає ключові напрямки бізнесу (бізнеспортфель);

II Блок «Створення цінності» (акумулює в собі опис матеріальних і нематеріальних активів, що беруть участь у створенні споживчої цінності, визначення партнерів, постачальників і моделі взаємовідносин з ними, застосовуваних технологій, а також структур і функцій, необхідних для створення обраної споживчої цінності);

III Блок «Реалізація цінності» (характеризує цільові сегменти ринку, конкурентів, способи та канали збуту);

IV Блок «Управління» (описує управлінські відносини, що забезпечують взаємодію всіх елементів керованої системи бізнесу);

V Блок «Генерування грошових потоків» (відображає способи і методи формування кінцевого результату господарської діяльності в перетвореній (фінансовій) формі).

Можна запропонувати такі стадії інноваційного процесу розробки товару (послуги), як одного з елементів бізнес-моделі:

- генерація ідей, розвиток концепції, оцінка придатності (аналіз особливостей споживача, конкурентів, активний пошук, аналіз категорії, мозковий штурм). Існує достатньо багато джерел ідей, пропозицій і зауважень, що приводять до появи нових товарів. Компанія повинна реагувати на зауваження і пропозиції, що надходять від: споживачів; робітників компанії, особливо служби збуту; постачальників; каналів розподілу; внутрішнього підрозділу, що здійснює науково-дослідницькі роботи; підприємців, які звертаються у великі компанії з власними ідеями або товарами;

- тестування концепції;
- розробка товару;
- тестування товару;
- тестування ринку;
- прийняття позитивного або негативного рішення.

Можна визначити такі варіанти застосування бізнес-моделі на практиці:

- для оцінки й аналізу ефективності бізнесу компанії порівняно з іншими аналогічними компаніями;
- для оцінки потенціалу й інвестиційної привабливості бізнесу компанії в майбутньому;
- для оптимізації бізнесу компанії з точки зору стратегії та з точки зору—максимізації і утримання цінності, яку компанія створює для клієнтів і інших зацікавлених в її бізнесі осіб [3, с. 21].

Отже, інновація підприємства повинна розглядатися за напрямками, які визначаються елементами бізнес-моделі, що реалізовується підприємством. Ключовими елементами бізнес-моделі будь-якого підприємства є: сегменти споживачів, типи взаємовідносин з ними; цінність, яку пропонує підприємство на основі своїх продуктів і послуг; канали постачання цієї цінності процеси ключових видів діяльності, а також ключові партнери; активи, які компанія

використовує для створення цінності; фінансова модель компанії, що визначає структуру її витрат і грошові потоки.

Література

1. Гриньов А. В. Інноваційний розвиток промислових підприємств: концепція, методологія, стратегічне управління / А. В. Гриньов. – Х.: ІНЖЕК, 2003. – 308 с.
2. Заблоцький Б. Ф. Економіка й організація інноваційної діяльності: навч. посіб. / Б. Ф. Заблоцький. – Львів : Новий Світ-2000, 2008. – 456 с
3. Філіпішина Л.М. Управління системою сталого економічного розвитку підприємства: теорія, методологія і практика: монографія./ Л.М. Філіпішина – Маріуполь: ДВНЗ «ПДТУ», 2017.- 344с.
4. Микитюк П. П., Крисько Ж. Л., Овсянюк-Бердадіна О. Ф., Скочиляс С. М. Інноваційний розвиток підприємства. Навчальний посібник. – Тернопіль: ПП «Принтер Інформ», 2015. – 120 -140с.

Бондар Ю. А.

к.е.н, доцент, доцент кафедри менеджменту, економіки та туризму
Льотна академія Національного авіаційного університету

Легінькова Н. І.

к.е.н, доцент, доцент кафедри менеджменту, економіки та туризму
Льотна академія Національного авіаційного університету

ІННОВАЦІЙНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

В останню чверть ХХ століття людство вступило в нову стадію свого розвитку - стадію побудови постіндустріального суспільства, яке є результатом соціально-економічної революції, яка відбувається в сучасному світі. Відомо, що в основі кожної соціально-економічної революції лежать свої специфічні технології, виробничо-технологічні системи і виробничі відносини. Для постіндустріального суспільства цю роль, перш за все, відіграють інформаційні технології і комп'ютеризовані системи, високі виробничі технології, які є результатом нових фізико-технічних і хіміко-біологічних принципів, і засновані на них інноваційні технології, інноваційні системи та інноваційна організація різних сфер людської діяльності. Її кінцевим результатом, на наше переконання, має стати створення нової форми організації економіки - інноваційна економіка [1].

Проведений аналіз сучасних тенденцій розвитку економіки провідних західних країн говорять про те, що інноваційна економіка - це економіка суспільства, заснована на знаннях, інноваціях, на доброзичливому сприйнятті нових ідей, нових машин, систем і технологій, на готовності їх практичної реалізації в різних сферах людської діяльності. Вона виділяє особливу роль знань та інновацій, перш за все, знань наукових. В інноваційній економіці під