

РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ ТА ГАЛУЗЕЙ. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

УДК 629.33.001.76(447)

О.В. Захарова, проф., д-р екон. наук

І.С. Барбанова

Черкаський державний технологічний університет, м. Черкаси, Україна

Інноваційна стратегія розвитку підприємств машинобудівної галузі

Обґрунтовано доцільність розробки інноваційної стратегії розвитку машинобудівної галузі України. Проаналізовано основні тенденції розвитку машинобудівних підприємств за останні чотири роки. Уточнено сутність поняття «інноваційна стратегія». Проаналізовано та оцінено можливі види інноваційних стратегій. Запропоновано послідовність формування інноваційної стратегії розвитку підприємств машинобудівного комплексу України.

інноваційна стратегія, машинобудівна галузь, інноваційний розвиток, підприємство, економіка

О.В. Захарова, проф., д-р екон. наук

І.С. Барбанова

Черкасский государственный технологический университет, г. Черкассы, Украина

Инновационная стратегия развития предприятий машиностроительной отрасли

Обоснована целесообразность разработки инновационной стратегии развития машиностроительной отрасли Украины. Проанализированы основные тенденции развития машиностроительных предприятий за последние четыре года. Уточнена сущность понятия «инновационная стратегия». Проанализированы и оценены возможные виды инновационных стратегий. Предложена последовательность формирования инновационной стратегии развития предприятий машиностроительного комплекса Украины.

инновационная стратегия, машиностроительная отрасль, инновационное развитие, предприятие, экономика

Постановка проблеми. В сучасних економічних умовах господарювання для ефективного функціонування підприємств машинобудівної галузі дуже важливим є перехід на інноваційний шлях розвитку, що має стати запорукою докорінного оновлення та модернізації всіх без виключення сфер функціонування економіки країни. Такий перебіг подій стає можливим через те, що головним призначенням машинобудівного комплексу є створення інноваційного підґрунтя розвитку й функціонування підприємств різних галузей та забезпечення технологічної складової безпеки держави. Поступове прийняття означеної стратегії розвитку дозволить досягти нового технологічного рівня виробництва у галузях народного господарства, що буде сприяти досягненню країною стану економіки знань. За цих умов наявність інноваційної стратегії розвитку машинобудівних підприємств має стати основою для підвищення ефективності його діяльності, зростання рівня конкурентоспроможності та набуття можливостей виходу галузі на нові ринки збуту, у тому числі й закордонні. До того ж актуальність обраної тематики пояснюється тим, що машинобудівна галузь України складається зі значної кількості підприємств різного розміру, які мають велике значення для національної економіки, проте сьогодні більшість із них орієнтується у своїй діяльності на застарілі стандарти і не має відповідної інноваційної стратегії розвитку, що скорочує потенційні можливості випуску якісної конкурентоздатної продукції, яка б була інноваційною за змістом, відповідала вибагливим вимогам споживачів й була здатною займати нові світові ринкові ніші. Очікується, що

дотримуючись обраної інноваційної стратегії і використовуючи інновації, нові технології й ефективні методи управління, діяльність машинобудівних підприємств стане більш результативною, завдяки чому з'являться можливості досягнення поставлених амбітних цілей.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням питань вибору та впровадження інноваційної стратегії на рівні підприємств присвячено праці багатьох вітчизняних і зарубіжних науковців, зокрема Г. Морбі [12], П. Друкера [7], М. Портера [13], О. Ковтуна [9], Н. Краснокутської [9], В. Чубая [16]. За результатами цих досліджень було встановлено сутність та особливості розробки стратегій підприємства, визначено основи інноваційного менеджменту, конкретизовано сутність та види інноваційних стратегій машинобудівних підприємств. Водночас не зважаючи на те, що питаннями дослідження інноваційної стратегії займаються цілі наукові школи й існує чимала кількість наукових праць за цією тематикою, на практиці керівництву вітчизняних підприємств не вистачає конкретних знань щодо механізму розробки і безпосереднього впровадження інноваційної стратегії розвитку підприємства.

Постановка завдання. Метою даної статті є визначення сутності поняття «інноваційна стратегія» та обґрунтування основних етапів її формування для підприємств машинобудівної галузі України.

Виклад основного матеріалу. Машинобудування – це сукупність галузей промисловості, що виробляють устаткування для всіх сфер суспільного господарства та предмети споживання, основним призначенням яких є повне задоволення потреб населення країни. Машинобудівна галузь має значний науково-виробничий потенціал, у неї зосереджено третину всіх промислово-виробничих фондів і близько половини промислово-виробничого потенціалу країни, що характеризує її як найскладнішу і найбільш диференційовану галузь господарства [1, с. 147]. Отже у машинобудівній галузі є всі передумови для трансформації наявної стратегії їх розвитку у бік інноваційності та конкурентоздатності.

Виходячи з того, що машинобудування є базою для досягнення високого рівня конкурентоздатності всіма іншими галузями народного господарства країни, зростання інноваційного рівня її технології є ключовою умовою забезпечення сталого розвитку національної економіки. Саме тому запровадження інноваційної стратегії розвитку машинобудівних підприємств має стати стимулом до їх технологічного вдосконалення, набуття рис привабливості як для вітчизняних, так і для іноземних інвесторів, здатності виготовляти сучасну конкурентоздатну продукцію, попит на яку є дуже високим як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Спектр машинобудівної продукції настільки складний та диференційований, що залежно від її цільового призначення галузь поділяється на підгалузі і відповідно до статистичних узагальнень включає в себе чотирнадцять окремих видів діяльності (табл. 1). Аналіз індексів зміни обсягів продукції за кожним видом діяльності за останні роки має дозволити встановити тенденції, що намітилися у галузі.

Таблиця 1 – Динаміка індексів промислової продукції в Україні протягом 2013-2016 рр.

Види діяльності	Роки			
	2013	2014	2015	2016
Машинобудування, крім ремонту та монтажу машин і устаткування	86,4	79,4	85,9	102,0
Виробництво комп'ютерів, електронної та оптичної продукції	86,0	77,9	71,3	124,2

Продовження таблиці 1

Виробництво електронної апаратури побутового призначення для приймання, записування та відтворювання звуку й зображення	98,5	71,6	32,9	21,7
Виробництво електричного устаткування	91,1	100,9	89,8	100,9
Виробництво електродвигунів, генераторів, трансформаторів, електророзподільної та контрольної апаратури	98,9	116,5	91,0	104,9
Виробництво електророзподільної та контрольної апаратури	85,8	120,9	101,6	100,0
Виробництво іншого електричного устаткування	69,4	101,0	110,3	70,6
Виробництво машин і устаткування загального призначення	109,6	87,6	89,3	88,9
Виробництво металообробних машин і верстатів	62,3	75,6	97,3	103,0
Виробництво машин і устаткування для виготовлення харчових продуктів і напоїв, перероблення тютюну	81,5	74,4	117,2	107,1
Виробництво автотранспортних засобів, причепів і напівпричепів	89,3	90,3	118,6	99,1
Виробництво автотранспортних засобів	68,3	54,2	49,4	72,2
Виробництво вузлів, деталей і приладдя для автотранспортних засобів	93,3	96,5	125,2	98,5
Виробництво інших транспортних засобів	78,4	59,9	76,3	98,1

Джерело: сформовано авторами за даними [8].

Протягом 2013-2016 рр. стабільна позитивна динаміка зміни обсягу продукції була характерною лише для галузі виробництва металообробних машин і верстатів – перші три роки спостерігалось пришвидшене скорочення темпів їх падіння, що дозволило у 2016 р. досягти 3,0% зростання. Тобто саме цей вид діяльності можна вважати найбільш перспективним для розвитку сучасного українського ринку машинобудівної продукції на сучасному етапі. Для всіх інших видів діяльності характерним є нестабільна динаміка обсягу виробництва продукції, що вимагає здійснення ґрунтового обґрунтування стратегії їх подальшого розвитку. При цьому найбільші темпи зростання у більш тривалий період часу спостерігалися у сфері виробництва машин і устаткування для виготовлення харчових продуктів і напоїв, перероблення тютюну; виробництва електророзподільної та контрольної апаратури; виробництва електродвигунів, генераторів, трансформаторів, електророзподільної та контрольної апаратури та виробництва електричного устаткування. Саме цим сферам на перспективу має бути приділено достатньо уваги, так як вони є базовими для забезпечення життєдіяльності регіону і країни. Для сфери виробництва електронної апаратури побутового призначення для приймання, записування та відтворювання звуку й зображення протягом всього періоду дослідження спостерігалися найбільш негативні зміни: якщо у 2013 р. скорочення обсягу виготовленої продукції скоротилося на 1,5% порівняно із попереднім роком, то у 2016 р. таке скорочення становило вже 78,3%. Висновками з такої динаміки має стати необхідність розробки стратегії розвитку шляхом зміни технології виробництва на інноваційні стандарти сучасності, що

дозволить вийти на новий рівень функціонування підприємств.

Аналіз основних показників діяльності підприємств машинобудівної галузі за останні шість років (табл. 2) дозволив встановити загальну негативну тенденцію скорочення основних абсолютних характеристик її розвитку.

Таблиця 2 – Основні характеристики діяльності підприємств машинобудівної галузі України протягом 2010-2016 рр.

Роки	Кількість підприємств галузі, од.	Кількість працівників, тис. осіб	Обсяг реалізованої продукції, млн. грн.
2010	4736	482,3	107867,7
2011	4791	499,4	150112,9
2012	4546	520,8	164236,6
2013	5103	488,8	130730,4
2014	4460	422,3	113141,9
2015	4483	370,4	128497,2
2016	4478	345,5	118464,5

Джерело: сформовано авторами за даними [5].

Кількість підприємств машинобудівної галузі протягом досліджуваного періоду мала незначні темпи зростання у 2011, 2013 та 2015 рр. – відповідно на 1,2%, 12,3% та 0,5%. При цьому у 2016 р. загальна кількість підприємств порівняно із 2010 р. скоротилася на 258 од. або на 5,4%. Зменшення кількості підприємств галузі веде до відповідного падіння обсягу випуску продукції і скорочення кількості працівників, зайнятих на машинобудівних підприємствах. Так, обсяг реалізованої продукції у абсолютному вимірі з 2010 по 2012 рр. мав тенденцію до збільшення, а з 2013 до 2016 рр. – до скорочення, що може бути пояснено об'єктивними причинами наслідків економічної й політичної криз в країні. Динаміка чисельності працівників протягом трьох перших років періоду дослідження мала тенденцію до зростання, а починаючи з 2013 р. спостерігалася щорічне скорочення значення показника, що також є досить негативним явищем через те, що завдяки цьому загострюються соціально-економічні проблеми у суспільстві.

Виходячи з того, що найбільш інформативним економічним показником результативності діяльності машинобудівних підприємств є рівень продуктивності праці, проаналізуємо тенденції його зміни у часі, рис. 1.

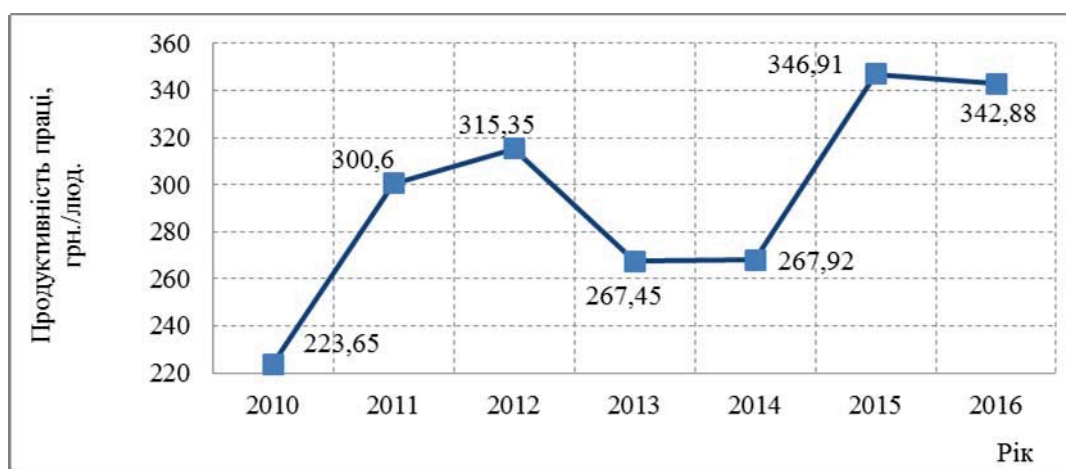


Рисунок 1 – Зміна продуктивності праці на підприємствах машинобудівної галузі протягом 2010-2016 рр.

Джерело: сформовано авторами.

Так, протягом всього досліджуваного періоду за виключенням кризового 2013 р. та базисного 2016 р. спостерігалися тенденції зростання рівня продуктивності праці на машинобудівних підприємствах України. У 2016 р. продуктивність праці зросла на 34,8% порівняно з 2010 р., проте порівняно з 2015 р. відбулося скорочення значення показника на 1,2%. Також беручи до уваги дані табл. 2, можна стверджувати, що при наявності загальної тенденції скорочення кількості машинобудівних підприємств та числа працівників, зайнятих на них, а також щорічної тенденції до падіння обсягів реалізованої продукції наявна тенденція зміни рівня продуктивності праці є досить позитивною, а закріплення набутих тенденцій на тривалу перспективу має бути обов'язково підкріпленим розробкою дієвої інноваційної стратегії розвитку галузі.

Аналіз динаміки показників функціонування підприємств машинобудівної галузі дозволив констатувати наявність негативних тенденцій, що пов'язано із впливом значного числа чинників внутрішнього та зовнішнього характеру, що обумовлює необхідність розробки та впровадження дієвої інноваційної стратегії розвитку машинобудівних підприємств, яка дозволить скоротити негативні тенденції та має стати підґрунтям її перспективного розвитку.

Якісна розробка інноваційної стратегії має ґрунтуватися на досконалому розумінні сутності цього поняття, для чого було проаналізовано основні підходи до його визначення (табл. 3).

Таблиця 3 – Підходи до визначення сутності поняття «інноваційна стратегія» різними науковцями

Автори	Визначення
Н. Краснокутська	Один із засобів досягнення цілей організації, який відрізняється від інших своєю новизною, передусім для даної організації, галузі, ринку, споживачів, країни в цілому [11]
Л. Довгань	Узгоджена сукупність управлінських рішень, що впливають на інноваційну діяльність підприємства і мають довгострокові наслідки, забезпечує динамічний розвиток підприємства, направлена на розвиток і використання потенціалу організації [6]
Ж. Дармилова	Комплекс цілей і установок, правил прийняття рішень і способів переведення підприємства (фірми) зі старого (існуючого) положення в новий (цільове) стан на основі впровадження інновацій – технологічних, продуктових, організаційних, управлінських, економічних, соціальних – і позиціонування підприємства на конкурентних ринках товарів і послуг [4]
К. Янковський, І. Мухарь	Цілеспрямована діяльність з визначення найважливіших напрямів розвитку підприємства, вибору пріоритетів його перспективного розвитку, виробленню вимог до нього і до комплексу заходів для досягнення перерахованих цілей [19]
А. Тітов	Функція технологічних можливостей (внутрішніх і зовнішніх), ринкових цілей, а також конкурентних позицій підприємства [15]
Л. Антонюк, А. Поручник, В. Савчук	Ефективне освоєння нових товарів, послуг, збільшення обсягів виробництва й експорту наукомісткої продукції на міжнародні ринки. Інноваційна стратегія характеризується взаємопов'язаним комплексом дій, спрямованих на зміцнення життєздатності й конкурентоспроможності суб'єктів господарювання [2]
В. Чубай	Система планових дій, що спрямовані на успішне виконання місії підприємства та досягнення його довгострокових цілей, що дають змогу забезпечити високу ефективність здійснення підприємством різних видів інновацій, шляхом створення сприятливих умов його зовнішнього та внутрішнього середовища або вигідного пристосування до реальних їх умов, базуючись на ефективному акумулюванні, поділі і використанні ресурсів підприємства та оптимізації всіх інших процесів, пов'язаних з його діяльністю [17]

Джерело: систематизовано авторами за даними [11; 6; 4; 19; 15; 2; 17].

Як бачимо, тлумачення сутності поняття «інноваційна стратегія» в різних наукових працях змістовно відрізняються, а автори акцентують увагу на певних аспектах, таких як: новизна для підприємства, узгодженість управлінських рішень, трансформація стану підприємства та технологічні можливості для цього, орієнтація на міжнародні ринки та досягнення ефективності інновацій. Водночас всі науковці сходяться на тій думці, що інноваційна стратегія – це планові зміни, що відкривають можливості підприємству стати на шлях інноваційного розвитку, освоєння випуску нових видів продукції, виходу на нові ринки збуту, підвищення конкурентоспроможності та як одна зі складових на шляху до перспективного розвитку в майбутньому. Це трактування охоплює всі аспекти посилення інноваційної активності підприємства і дозволяє сфокусуватися на результативності цього процесу. Враховуючи це у подальшому дослідженні ми будемо базуватися саме на означеному визначенні сутності інноваційної стратегії.

У практиці діяльності підприємств машинобудування використовується значна кількість базових інноваційних стратегій, що відрізняються за змістом, розставленими управлінськими аспектами та основними важелями впливу на результативність його діяльності. Проведений аналіз дозволив виокремити сім основних видів інноваційних стратегій: донорська, прогресивна, адаптивна, спекулятивна, наступальна, оборонна та відступальна. Кожне підприємство, що займається інноваційною діяльністю, може орієнтуватися на будь-яку з перерахованих стратегій, виходячи з власного напрямку розвитку. Водночас при виборі інноваційної стратегії необхідно врахувати загальну політику розвитку підприємства, його організаційну структуру управління й потенційні можливості щодо ресурсної бази. При цьому дуже важливо відслідковувати той момент, щоб загальні й інноваційні цілі мають гармоніювати одна із одною, для чого необхідно здійснювати моніторинг та вчасне коригування обраної стратегії розвитку підприємства [3, с. 31].

Для того, щоб спростити процедуру вибору виду інноваційної стратегії для конкретного машинобудівного підприємства і полегшити розуміння самого визначення даного терміну було здійснено систематизацію інформації щодо можливих видів інноваційних стратегій (табл. 4).

Таблиця 4 – Види інноваційних стратегій

Вид інноваційної стратегії	Сутність стратегії	Базові характеристики й умови для застосування стратегії
Донорська	Розробка інновацій здебільшого власними силами персоналу підприємства з метою подальшого продажу прав на їх використання, а також придбання новацій у сторонніх розробників, їх удосконалення для подальшого продажу	Розробка та впровадження нових видів продукції, технологій і методів управління. Отримання високих прибутків від продажу інновацій. Високий науковий та інноваційний потенціал персоналу
Прогресивна	Розробка інновацій здебільшого власними силами персоналу підприємства (або спільно з іншими підприємствами, організаціями, установами) та впровадження їх у власну діяльність або купівля новацій на стороні з подальшим їх удосконаленням із метою подальшого впровадження у власну діяльність	Впровадження нових видів продукції, технологій і методів управління. Вихід на нові ринки збуту із орієнтацією на статус лідера у галузі. Зростання фінансово-економічних показників діяльності. Достатні фінансові можливості та компетентний персонал

Продовження таблиці 4

Адаптивна	Купівля інновацій здебільшого у сторонніх підприємств, установ, організацій з подальшим їх впровадженням у власну діяльність без будь-якого удосконалення	Впровадження нових видів продукції, технологій і методів управління. Зростання фінансово-економічних показників діяльності. Достатні фінансові можливості
Спекулятивна	Купівля інновацій у сторонніх підприємств, установ, організацій з метою подальшого перепродажу прав на їх використання або володіння ними	Зростання фінансово-економічних результатів діяльності. Високий науковий й інноваційний потенціал персоналу підприємства
Наступальна	Впровадження інновацій з метою випередження конкурентів, зайняття лідируючих позицій у регіоні, країні, світі, витіснення з ринку певних конкурентів	Впровадження інновацій із метою досягнення ліdersьких позицій на ринку. Зростання фінансово-економічних результатів діяльності
Оборонна	Впровадження інновацій з метою відстояти перед конкурентами свою ринкову позицію в регіоні, країні, світі, відстояти свою ринкову частку перед певними конкурентами, недопущення певних підприємств на ринок	Впровадження продуктових, технологічних й управлінських інновацій із метою збереження досягнутої ринкової ніші. Стабільна результативність діяльності. Здатність до конкурентної боротьби
Відступальна	Впровадження інновацій з метою протистояння повному витісненню підприємства з ринку з боку конкурентів, поступового припинення діяльності на певному ринку з найменшими втратами для підприємства	Впровадження інновацій із метою утримання досягнутої ринкової ніші. Стабільна результативність діяльності. Здатність до конкурентної боротьби та вміння вчасно покинути ринок за необхідністю

Джерело: доповнено авторами за даними [16].

Вибір конкретної стратегії має ґрунтуватися на тих умовах, які є у розпорядженні підприємства та тих стратегічних цілях розвитку, які було затверджено керівництвом на тривалу перспективу. Так, якщо підприємство не має ініціативного досвідченого персоналу із відповідним рівнем професійної освіти, то орієнтуватися на вибір стратегій, пов'язаних із розробкою інновацій (донорської чи прогресивної), є недоцільно. І навпаки, за умови відсутності достатньої кількості вільних грошових коштів робити ставку на адаптивну та спекулятивну стратегії є також недоречно. Отже, кінцевий вибір інноваційної стратегії має бути обґрунтованим з економічної, соціальної та фінансової точок зору.

Для якісного формування інноваційної стратегії підприємства необхідно спочатку чітко визначитися із її складовими елементами та етапами, що дозволить оптимізувати цей процес за часовою і фінансовою ознаками. Так, Б. Карлоф до основних елементів формування стратегії відносив: корпоративну місію; конкурентні переваги; організацію бізнесу; продукцію (товари та послуги) підприємства; ринки збуту; ресурси; структурні зміни; програму розвитку; культуру та компетентність управління [8]. А. Савчук стверджує, що основними елементами стратегії є цілі підприємства, його ресурси, напрямки діяльності підприємства та основні правила його діяльності [14].

Отже, формування інноваційної стратегії розвитку підприємства має базуватися на взаємоузгодженні таких складових, як «ресурси», «процеси», «товари (продукція)»

та «ринки» для успішного виконання місії підприємства і ефективного досягнення його довгострокових цілей. За цих умов на першому етапі необхідно визначити можливість здійснення інноваційного розвитку підприємством на конкретних ринках за наявних й нього ресурсів. Другий етап має бути пов'язаним із проведенням аналізу здатності підприємства здійснювати процеси, необхідні для покращення діючої чи створення нової продукції, яка б повністю задовольняла потреби тих покупців на яких воно орієнтується. При цьому важливою умовою є необхідність встановлення того, чи здатне підприємство заохотити на ринку певну категорію покупців щодо вибору новоствореної або удосконаленої продукції, виробленої саме цим підприємством [15]. Тобто існує необхідність у додатковій оцінці ступеня привабливості підприємства для споживачів на внутрішньому та зовнішньому ринках. За умови визначення недостатності привабливості торгівельної марки мають бути розробленими рекомендації щодо подолання цієї проблеми.

При побудові інноваційної стратегії підприємства доцільним є обрання за основу процесного підходу [18, с. 110]. Саме тому вважаємо за доцільне розглядати формування інноваційної стратегії розвитку підприємства як поетапний процес (рис. 2).



Рисунок 2 – Етапи формування інноваційної стратегії розвитку підприємства
Джерело: запропоновано авторами.

Отже, процес формування інноваційної стратегії розвитку машинобудівного підприємства доцільно реалізовувати шляхом послідовного здійснення чотирьох етапів:

1. Визначення мети – етап обґрунтованого формулювання конкретних цілей, які повинні бути досягнутими завдяки впровадженню інноваційної стратегії:

- конкретизація коротко-, середньо- та довгострокових цілей діяльності підприємства, що мають бути сформульованими у напрямі головної стратегії розвитку;
- виділення першочергових і другорядних дій для досягнення поставлених цілей;
- визначення конкретних способів і засобів впровадження інноваційної стратегії.

2. Оцінка потенційних можливостей – на даному етапі потрібно реально оцінити потенціальні можливості для реалізації інноваційної стратегії розвитку:

- визначення сильних і слабких сторін підприємства;
- діагностика внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства;
- оцінка достатності кваліфікаційного рівня персоналу для практичної реалізації визначених цілей інноваційного розвитку підприємства;
- оцінка достатності технічних й технологічних можливостей підприємства;
- оцінка інноваційного потенціалу підприємства.

3. Розробка програми дій – конкретизація заходів, спрямованих на розробку інноваційної стратегії розвитку підприємства:

- визначення термінів досягнення кожної встановленої цілі та кожного етапу;
- призначення виконавців та відповідальних за реалізацію кожного заходу;
- розрахунок очікуваних витрат на реалізацію заходів щодо розробки та реалізації інноваційної стратегії розвитку підприємства;
- розробка структури стратегії та покрокового плану її здійснення;
- оцінка очікуваного соціально-економічного ефекту від впровадження стратегії.

4. Реалізація стратегії – це заключний етап на якому відбувається впровадження розробленої інноваційної стратегії в дію, що потребує:

- впровадження нових інноваційних видів продукції, технологічних процесів і управлінських рішень;
- зміна або вдосконалення організаційної структури управління із вартісною оцінкою ступеня унікальності виконуваних функцій на кожному рівні;
- здійснення програм професійної підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації персоналу, сприяння досягнення ним полівалентних компетенцій;
- процес виготовлення інноваційної продукції із оптимізацією витрат;
- розподіл відповідальності між виконавцями за проблеми, що виникають на всіх етапах формування та впровадження інноваційної стратегії розвитку підприємства;
- створення дієвої системи контролю за виконанням запланованих заходів на кожному етапі, оцінка результативності кожного заходу, розробка шляхів коригування.

Втілення інноваційної стратегії розвитку дозволить досягти очікуваних результатів за умови ефективного виконання кожного етапу, тобто буде професійно сформульованою мета, враховані і оцінені всі передумови здійснення кожного етапу.

Висновки та перспективи подальших досліджень. У роботі проаналізовано підходи до визначення сутності поняття «інноваційна стратегія» та обрано таке його змістовне наповнення – це планові зміни, що відкривають можливості підприємству стати на шлях інноваційного розвитку, освоєння випуску нових видів продукції, виходу на нові ринки збуту, підвищення конкурентоспроможності та як одна зі складових на шляху до перспективного розвитку в майбутньому. Досліджено основні види стратегій інноваційного розвитку підприємств з виокремленням для кожної з них сутності, базових характеристик й конкретних умов застосування. Запропонована в роботі послідовність й змістовна наповненість етапів формування інноваційної стратегії розвитку має на меті максимізувати зусилля для отримання очікуваного результату при мінімумі витрат.

Розуміння важливості розробки та впровадження інноваційної стратегії розвитку підприємств машинобудівної галузі України і правильне її впровадження дасть змогу машинобудівним підприємствам стати на шлях інноваційного розвитку, виготовляти конкурентоздатну продукцію, завойовувати позиції на нових ринках збуту, посилювати прибутковість їх діяльності. В сучасних складних умовах господарювання впровадження інноваційної стратегії розвитку допоможе підприємствам утримати свої ринкові позиції й набути тенденції до перспективного розвитку у майбутньому. Подальші дослідження мають бути спрямованими на обґрунтування способів вибору виду інноваційної стратегії, інструментів моніторингу її ефективності та розробки науково-методичного забезпечення її практичної реалізації.

Список літератури

1. Авдей О.К. Тенденції розвитку машинобудівного комплексу України: сучасний стан та перспективи [Текст] / О.К. Авдей // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної

- власності = Theoretical and Practical Aspects of Economics and Intellectual Property: зб. наук. праць / ПДТУ. – Маріуполь, 2011. – Т. 3. – С. 143–147.
2. Антонюк Л.Л. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізація: монографія [Текст] / Л.Л. Антонюк, А.М. Поручник, В.С. Савчук. – К.: КНЕУ, 2003. – 394 с.
 3. Бузулукина Е.М. Выбор и обоснование инновационной стратегии [Текст] / Е.М. Бузулукина, А.А. Шаповалов // Белгородский экономический вестник. – 2011. – №1. – С. 30–36.
 4. Дармилова Ж.Д. Инновационный менеджмент [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://stud.com.ua/940/investuvannya/innovatsiyna_strategiya_rozvitku_pidpriyemstva.
 5. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2007/pr/prm_ric/prm_ric_u/ipv2013_u_bez.html.
 6. Довгань Л.Є. Стратегічне управління [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://uchebniks.net/book/178-strategichne-upravlinnya-navchalnij-posibnik-dovgan-lye/55-94-innovacijni-strategiyi.html>.
 7. Друкер П. Як забезпечити успіх у бізнесі : новаторство і підприємництво [пер. з англ.] [Текст] / П. Друкер. – К.: Україна, 1994. – 319 с.
 8. Карлоф Б. Деловая стратегия: пер с англ. [Текст] / Б. Карлоф. // Научн. ред. В.А. Приписнов. – М.: Экономика, 1991. – 240 с.
 9. Ковтун О.І. Стратегія підприємства [Текст] / О.І. Ковтун. – Львів: Новий Світ, 2009. – 252с.
 10. Краснокутська Н.В. Інноваційний менеджмент [Текст] / Н.В. Краснокутська. – К.: КНЕУ, 2003. – 504 с.
 11. Краснокутська Н.В. Інноваційний менеджмент [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://library.if.ua/book/4/528.html>.
 12. Morbey G.K. R&D Expenditures and Profit Growth [Текст] / G.K. Morbey // Research Technology Management. – 1989. – Vol. 32. – № 3. – Р. 20–24.
 13. Портер М. Конкуренція [пер. с англ.] [Текст] / М. Портер. – М.: ИД «Вильямс», 2005. – 608 с.
 14. Савчук А.В. Организационно-экономический механизм инновационного развития крупной компании: монография [Текст] / А.В. Савчук / НАН Украины, Ин-т экономики промышленности. – Донецк, 2004. – 404 с.
 15. Титов А.Б. Маркетинг и управление инновациями [Текст] / А.Б. Титов. – СПб.: Питер, 2001. – 240 с.
 16. Чубай В.М. Суть і види інноваційних стратегій машинобудівних підприємств [Текст] / В.М. Чубай // Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму. – Т. 2. – 2010. – № 1 (3). – С. 347–356.
 17. Чубай В.Н. Суть і види інноваційних стратегій машинобудівних підприємств [Текст] / В.Н. Чубай [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://duan.edu.ua/uploads/bjulleten2010/13279.pdf/>.
 18. Шульгіна Л.М. Інноваційний розвиток підприємств: формування стратегій [Текст] : монографія / Л.М. Шульгіна, В.В. Юхименко; Нац. техн. ун-т України «КПІ». – К.: Univest PrePress, 2015. – 212 с.
 19. Янковский К.П. Организация инвестиционной и инновационной деятельности [Текст] / К.П. Янковский, И.Ф. Мухарь. – СПб.: Питер, 2001. – 448 с.

References

1. Avdiej, O.K. (2011). Tendentsii rozvytku mashynobudivnoho kompleksu Ukrainy: suchasnyj stan ta perspektyvy [Trends in the development of Ukraine's machine-building complex: current state and prospects]. *Teoretychni i praktychni aspekty ekonomiky ta intelektual'noi vlasnosti – Theoretical and Practical Aspects of Economics and Intellectual Property, Vol. 3*, 143-147 [in Ukrainian].
2. Antoniuk, L.L., Poruchnyk, A.M., & Savchuk, V.S. (2003). *Innovatsii: teoriia, mekhanizm rozrobky ta komertsializatsiia* [Innovations: theory, mechanism of development and commercialization]. Kyiv: KNEU [in Ukrainian].
3. Buzulukina, E.M., & Shapovalov, A.A. (2011). Vyhbor i obosnovanie innovacionnoj strategi [Selection and justification of innovation strategies]. *Belgorodskij jekonomicheskij vestnik – Belgorod Economic Herald, 1*, 30-36 [in Russian].
4. Darmilova, Zh.D. (2013). Innovacionnyj menedzhment [Innovative management]. *stud.com.ua*. Retrieved from http://stud.com.ua/940/investuvannya/innovatsiyna_strategiya_rozvitku_pidpriyemstva. [in Russian].
5. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [State Statistics Service of Ukraine]. *ukrstat.org*. Retrieved from https://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2007/pr/prm_ric/prm_ric_u/ipv2013_u_bez.html [in Ukrainian].
6. Dovhan', L.Ye. (2009). Stratehichne upravlinnia [strategic management]. *uchebniks.net*. Retrieved from <http://uchebniks.net/book/178-strategichne-upravlinnya-navchalnij-posibnik-dovgan-lye/55-94-innovacijni-strategiyi.html> [in Ukrainian].

7. Druker, P. (1994). *How to ensure success in business: innovation and entrepreneurship*. (Trans). Kyiv: Ukraina [in Ukrainian].
8. Karlof, B. (1991). *Business Strategy*. V.A. Pripisnov. (Ed.). (Trans). Moscow: Ekonomika [in Russian].
9. Kovtun, O.I. (2009). *Stratehiia pidpriemstva [Enterprise strategy]*. L'viv: Novyj Svit [in Ukrainian].
10. Krasnokuts'ka, N.V. (2003). *Innovatsijnyj menedzhment [Innovation management]*. Kyiv: KNEU [in Ukrainian].
11. Krasnokuts'ka, N.V. (2003). *Innovatsijnyj menedzhment [Innovation management]*. *library.if.ua*. Retrieved from <http://library.if.ua/book/4/528.html> [in Ukrainian].
12. Morbey, G.K. (1989). R&D Expenditures and Profit Growth. *Research Technology Management, Vol. 32, 3*, 20-24 [in English].
13. Porter, M. (2005). *Competition* (Trans). Moscow: ID «Vil'jams» [in Russian].
14. Savchuk, A.V. (2004). *Organizacionno-jekonomicheskij mehanizm innovacionnogo razvittja krupnoj kompanii: monografija [Dissertation thesis: the Organizational-economic mechanism of innovative development of the large company: the monograph]*. Doneck: NAN Ukrainy, In-t jekonomiki promyshlennosti [in Russian].
15. Titov, A.B. (2001). *Marketing i upravlenie innovacijami [Marketing and Innovation Management]*. SPb.: Piter [in Russian].
16. Chubaj, V.M. (2010). Sut' i vydy innovatsijnykh stratehij mashynobudivnykh pidpriemstv [The essence and types of innovative strategies of machine-building enterprises]. *Biuletен' Mizhnarodnogo Nobelivs'koho ekonomichnogo forumu – Bulletin of the International Nobel Economic Forum, Vol. 2, 1 (3)*, 347-356 [in Ukrainian].
17. Chubaj, V.N. (2010). Sut' i vydy innovatsijnykh stratehij mashynobudivnykh pidpriemstv [The essence and types of innovative strategies of machine-building enterprises]. *duan.edu.ua*. Retrieved from <http://duan.edu.ua/uploads/bjulleten2010/13279.pdf/> [in Ukrainian].
18. Shul'hina, L.M., & Yukhymenko, V.V. (2015). *Innovatsijnyj rozvytok pidpriemstv: formuvannia stratehij: monohrafiia [Innovative development of enterprises: formation of strategies: monograph]*. Kyiv: Univest PrePress [in Ukrainian].
19. Jankovskij, K.P., & Muhar', I.F. (2001). *Organizacija investicionnoj i innovacionnoj dejatel'nosti [Organization of investment and innovation activities]*. SPb.: Piter [in Russian].

Oksana Zakharova, Professor, Doctor in Economics (Doctor of Economic Sciences)

Iryna Barbanova

Cherkasy State Technological University, Cherkasy, Ukraine

Innovative Strategy for the Development of Enterprises in the Machine-building Industry

In today's economic conditions for managing the efficient functioning of the enterprises of the machine-building industry, the transition to an innovative way of development, which should become the key to radical renewal and modernization of all sectors of the economy of the country, is very important. The purpose of this article is to determine the essence of the concept of «innovative strategy» and the substantiation of the main stages of its formation for enterprises of the machine-building industry in Ukraine.

The feasibility of developing an innovative strategy for the development of the machine-building industry in Ukraine is justified. The main trends of changes in the structure of engineering products over the past four years are analyzed. It was found that in 2016 in comparison with 2010 the number of enterprises in the industry decreased by 5.4%, the number of employees decreased by 28.4% with the volume of sales realized by 9.8%. As a result, the level of labor productivity increased by 53.3%, which is more related to inflation processes. In analyzing the approaches to defining the essence of the concept of «innovation strategy», it was established that the authors focus on such aspects as novelty for the enterprise, the consistency of managerial decisions, the transformation of the state of the enterprise and technological opportunities for this, orientation to international markets and the achievement of innovation efficiency.

Such an interpretation of the concept of «innovation strategy» is adopted – planned changes that open the way for the enterprise to take the path of innovative development, development of new types of products, entering new markets, increasing competitiveness and as one of the components on the path to future development in the future. The basic characteristics and conditions for using seven innovative strategies are analyzed. The sequence of forming an innovative strategy for the development of enterprises of the machine-building complex of Ukraine is proposed.

innovative strategy, machine-building industry, innovative development, enterprise, economy

Одержано (Received) 24.11.2017

Прорецензовано (Reviewed) 12.12.2017

Прийнято до друку (Approved) 15.12.2017