



КАРПІНСЬКА Г.В.

к.е.н., с.н.с.

ст. наук. співроб.

Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАНУ

Французький бульвар, 29, м. Одеса, Україна, 65044

E-mail: biznessdev@ukr.net

ORCID: 0000-0003-4896-1866

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ РИНКУ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Актуальність дослідження. Перспективи розвитку ринку інноваційних технологій неможливо розглядати без урахування інноваційної діяльності суб'єкта господарювання, оскільки саме ця діяльність перетворює ідею, знання, патент, технологію на конкурентоспроможний інноваційний продукт (продукцію, послугу) яка буде задовольняти потреби населення, держави, інших суб'єктів господарювання. Інноваційну діяльність вважають результатом науково-технічної та інтелектуальної діяльності, тобто інновації суб'єкта підприємницької діяльності перетворюються на конкретний продукт для ринку інноваційних технологій. У зв'язку з цим мотивація (внутрішнє спонукання) суб'єкта господарювання до розвитку ринку інноваційних технологій проявляється в тому наскільки він ефективно розвиває свою науково-технічну та інноваційну діяльність, що, в свою чергу, неможливо без формування його керівництвом відповідних стратегій мотивації. Отже, розробка стратегій мотивації підприємницьких структур до розвитку ринку інноваційних технологій є важливою задачею їх власників та керівництва.

Мета та завдання. Метою статті є дослідження та розробка методичного підходу щодо розробки інноваційних стратегій мотивації підприємств з урахуванням екзогенних детермінант ринку інноваційних технологій.

Результати. Автором удосконалено категоріальний апарат теорії стратегічного управління та запропоновано методичний підхід до вибору та формування інноваційних стратегій підприємств в аспекті розвитку ринку інноваційних технологій.

Висновки. У статті наведено окремі результати досліджень щодо розробки методичного підходу формування стратегій мотивації суб'єктів підприємницької діяльності в залежності від рівня впливу на нього екзогенних детермінант ринку інноваційних технологій та ендогенних детермінант його внутрішнього середовища що впливають на результативність його інноваційної та науково-технічної діяльності.

Ключові слова: екзогенні детермінанти, ендогенні детермінанти, ринок інноваційних технологій, стратегія мотивації до розвитку ринку інноваційних технологій

KARPINSKA A.V.

PhD in Economics

Institute of Market Problems and Economic & Ecological Research
of the National Academy of Sciences

Frantsuzskiy Boulevard, 29, Odessa, Ukraine

E-mail: biznessdev@ukr.net

ORCID: 0000-0003-4896-1866

FORMATION STRATEGIES ENTERPRISES FOR DEVELOPMENT OF THE MARKET INNOVATIVE TECHNOLOGIES

Topicality. Prospects for the development of the market of innovative technologies cannot be considered without taking into account the innovative activity of the business entity, because this activity turns the idea, knowledge, patent, technology into a competitive innovative product (product, service) that will meet the needs of population, state and other business entities. Innovative activity is considered to be the result of scientific, technical and intellectual activity, ie innovations of the business entity are transformed into a specific product for the market of innovative technologies. In this regard, the motivation (internal motivation) of the business entity to develop the market of innovative technologies is manifested in how effectively it develops its scientific, technical and innovative activities, which, in turn, is impossible without the formation of its management appropriate motivation strategies. Thus, the development of strategies to motivate business structures to develop the market of innovative technologies is an important task of their owners and management.

Aim and tasks. The aim of the article is to study and develop a methodological approach to the development of innovative strategies for motivating enterprises, taking into account exogenous determinants of the market of innovative technologies.

Research results. Author improves the categorical apparatus of theories of strategic management and proposes a methodical approach to the selection and formation of innovative strategies of enterprises in terms of market development of innovative technologies.

Conclusion. The article presents some research results on the development of a methodological approach to the formation of innovation strategies of business entities in terms depending on the level of influence of exogenous determinants of the market of innovative technologies and endogenous determinants of its internal environment that affect the effectiveness of its innovation and science and technology.

Key words: exogenous determinants, endogenous determinants, market of innovative technologies, strategy of motivation for development of the market of innovative technologies

Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями, аналіз останніх публікацій по проблемі. Методологічні засади формування стратегій підприємства досліджено у багатьох роботах вітчизняних та закордонних вчених, серед яких доцільно виділити: І. Ансоффа, А. Чандлера, Р. Акоффа, М. Портера, А. Дж. Стрікланда, А.А. Томпсона, Ф. Котлера, Р.Минцберг, Б. Альстренд, Дж. Лемпел, Б.Карлофф, Д. Кемпбел, Дж. Стоунхаус, Б. Х'юстон, Х. Виссема, Р.Х. Голл, Дж. Гібсон, У. Кінг, Д. Клиланд, О.С. Віханського, О.П. Градова, Р.А. Фатхутдінова, М.І. Круглова, П.В. Забеліна, Н.К. Моїсеєвої, І.О. Бланка, та інших. Актуальні питання інноваційної спрямованості розвитку підприємств, формування відповідних стратегій та визначення перспектив розглядали у своїх працях А.М. Безус, І.О. Бучацька, Ю.С. Валеева, С.А. Давимука, Л.К. Кавтарадзе, Л.О. Лігоненко, К.Й. Пугачевська, Л.І. Федулова, М.Б. Шевчун та ін. **Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Однак, слід зазначити, що, в рамках вирішення проблем формування стратегій мотивації підприємницьких структур до розвитку ринку інноваційних технологій, досліджень в економічній літературі майже нема.

Формулювання цілей дослідження (постановка завдання). Метою даної наукової доповіді є розробка методичного підходу щодо розробки стратегій мотивації підприємницьких структур до розвитку інноваційних технологій.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування. Методичний базис розробки стратегій мотивації суб'єктів господарювання до розвитку інноваційних технологій доцільно починати з визначення базового терміну «стратегія». Аналіз існуючих визначень свідчить, що у науковій літературі існує три основних підходи до визначення категорії «стратегія», зокрема, стратегія як система, як процес та план (табл.1).

Таблиця 1

Сутність дефініції «стратегія підприємства»

ПІБ вченого	Визначення терміну
1	2
Стратегія як система	
Ансофф І. [1 с.8]	Системний підхід, що забезпечує організації збалансованість та загальний напрямок зростання.
Денисюк І. [2 с.114]	Інтегроване поняття, яке комбінує стратегічні напрями розвитку (альтернативи) і функціональні стратегії керування, становить встановлену на тривалий період сукупність норм, орієнтирів, напрямків, сфер, способів і правил діяльності, які забезпечують упевнений рух підприємства, його зростання і високу конкурентоздатність, що зміцнює позиції на ринку, підвищує здатність виживання на ринку.
Захарчин Р.М. [3 с.246]	Цілісне відображенням цілей і засобів економічного розвитку будь-якого підприємства в довгостроковій перспективі.
Ступчук С.М.[4 с.170]	Логічне та аналітичне обґрунтування перспективного положення фірми залежно від зовнішніх умов.

1	2
Тур О.В. [5 с.40]	Комплексу управлінських рішень (системи управлінських заходів, сукупність цільових програм, плани розвитку), спрямованих на формування позитивних перспектив, пріоритетів і напрямів розвитку соціально-економічної системи господарюючого суб'єкта, як результат забезпечення динамічного і сталого розвитку підприємства.
Стратегія як план	
Мескон М. Х., Альберт М., Хедоурі Ф. [6 с.231]	Детальний, всебічний комплексний план, який повинен забезпечити здійснення місії організації та досягнення її цілей.
Карлоф Б. [7 с.13]	Узагальнена модель дій, що необхідні для координації та розподілу ресурсів компанії.
Калінеску Т.В., Романовська Ю.А., Кирилов О.Д. [8 с.21]	Встановлений набір напрямків діяльності (цілей та способів їх досягнення) для забезпечення поновленої відмінності та прибутковості підприємства.
Горєлов Д.О., Большенко С.Ф. [9 с.10]	Визначення перспективних орієнтирів діяльності підприємства на основі оцінювання його потенційних можливостей і прогнозування розвитку зовнішнього середовища.
Віханський О.С. [10 с.8]	План управління підприємством, спрямований на зміцнення його позицій, задоволення потреб споживачів та досягнення передбачених цілей.
Гончаров Ю.В., Лапчик Ю.Ю. [11 с.195]	Довгострокова програма, яка спрямована на досягнення цілі, що постійно піддається контролю, оцінюється та коригується в процесі її реалізації.
Золотаревський А.В. [12 с.108]	Програма дій із досягнення стратегічної мети через фарватер шляхів діяльності підприємства, складений із векторів розвитку, орієнтованих на рівноважні точки парних чинників зовнішнього впливу.
Клименко С.М. [13 с.346]	Довгостроковий, якісно визначений напрям розвитку підприємства, що стосується сфери, засобів і форми його діяльності, системи взаємовідносин усередині підприємства, а також його позиції в навколишньому середовищі, що призводить підприємство до визначених цілей.
Македон В.В. [14 с.372]	Головний напрям діяльності підприємства, план, який розробляється керівництвом компанії у вигляді стратегічних цілей, задач і напрямків діяльності підприємства для досягнення нею ефективних показників роботи і бажаного результату
Хацер М.В. [15 с.110]	Генеральна комплексна програма дій, виражених як у кількісній, так і в якісній формі, які дають чітке представлення про майбутні параметри розвитку суб'єктів господарювання з урахуванням поставлених цілей та ресурсів, необхідних для їх досягнення.
Стратегія як процес	
Кобєлев В.М., Захарченко Ю.В. [16 с.298]	Постійно коректовані комплекси взаємопов'язаних заходів, спрямованих на досягнення цілей учасників процесу формування стратегії і забезпечення ефективного функціонування і розвитку підприємства в короткостроковій і довгостроковій перспективах
Кузьмак О.І. [17 с.116]	Засіб досягнення перспективних цілей організації на основі визначення пріоритетів інноваційного розвитку

Результати аналізу існуючих підходів до визначення даної дефініції та досліджень проведених співробітниками відділу [18, 19] дозволили запропонувати авторське визначення стратегії мотивації (внутрішнього спонукання) підприємства до розвитку ринку інноваційних технологій: це складова загальної стратегії розвитку суб'єкта підприємницької діяльності, яка представляє довгострокову програму дій, що направлена на використання інноваційних детермінант екзогенного середовища

ринку інноваційних технологій та його ендogenous середовища з метою підвищення результативності своєї інноваційної та науково-технічної діяльності.

Формування стратегії будь-якого суб'єкта підприємницької діяльності починається з аналізу його зовнішнього та внутрішнього середовища.

ЕТАП 1. Оцінка та аналіз впливу екзогенних інноваційних детермінант зовнішнього середовища на суб'єкт підприємницької діяльності в аспекті розвитку ринку інноваційних технологій

Структура середовища суб'єкта господарювання складається з певних елементів. Досліджуючи вплив цих елементів на нього, зазвичай мають на увазі фактори середовища.

Економічний словник дає таке визначення поняттю «фактор» [20]:

1. Умова, рушійна сила, причина будь-якого процесу.

2. Один з основних ресурсів виробничої діяльності підприємства й економіки в цілому (земля, праця, капітал, підприємництво); рушійна сила економічних, виробничих процесів, що справляє значний вплив на результати економічної діяльності

В літературних джерелах ці фактори поділяють на дві групи за ознакою впливу: ендogenous та екзогенного характеру. Більшість науковців відзначають що фактори екзогенного впливу – це фактори, на які суб'єкт господарювання не може впливати взагалі або має незначний вплив, а вони, в свою чергу, формують довгострокову прибутковість підприємства. В свою чергу, екзогенне середовище включає в себе макро- та мікросередовище, зокрема:

- макросередовище (віддалене оточення) - складається з факторів непрямої дії, тобто тих, що переважно прямо не пов'язані з конкретним суб'єктом підприємницької діяльності, але створюють певне сприятливе або несприятливе середовище для його господарювання, зокрема, у нашому випадку стимулюють його до виробництва інноваційного продукту, що буде реалізований на ринку інноваційних технологій. У межах макросередовища діють такі фактори: економічні, соціальні, політичні, правові, науково-технічні, технологічні, культурні, демографічні, природні, міжнародні та умови підприємницької діяльності (бізнес-середовища) в країні.

- мікросередовище (безпосереднє оточення) суб'єкту підприємницької діяльності – це фактори безпосереднього впливу, тобто це учасники ринку, які саме безпосередньо з ним контактують. У нашому випадку це учасники ринку інноваційних технологій: виробники знань, технологічні підприємці, держава.

Ознайомлення з працями А.І. Бутенко, Н.Л. Шлафман, Т.В. Уманець дозволили визначити такі детермінанти зовнішньої середовища суб'єкта підприємницької діяльності для розробки його стратегій мотивації з метою розвитку ринку інноваційних технологій (РІТ):

а) кадровий потенціал ринку інноваційних технологій;

б) бізнес-середовище ринку;

в) фінансове середовище ринку;

г) патентна активність на ринку. [18,19]

Під детермінантами зовнішнього середовища ринку інноваційних технологій автор розуміє екзогенні чинники як макросередовища, так і мікросередовища, що стимулюють або стримують суб'єкта підприємницької діяльності до використання, формування, втілення та комерції інноваційних ідей, продуктів, технологій, послуг тощо.

Методичне забезпечення здійснення оцінки екзогенних чинників регіонального ринку інноваційних технологій наведено у науковій доповіді Уманець Т.В., Шаталової Л.С., Топалової І.А. «Методичний підхід до оцінювання впливу факторів внутрішнього середовища на розвиток регіонального ринку інноваційних технологій України». [19]

Використання зазначеного методичного підходу дозволило сформуванню класи рівня впливу зазначених екзогенних детермінант ринку інноваційних технологій (табл. 2)

ЕТАП 2. Оцінка та аналіз впливу ендogenous детермінант суб'єкта підприємницької діяльності в аспекті мотивування його інноваційної та науково-технічної діяльності для розвитку ринку інноваційних технологій

Під ендogenousними детермінантами суб'єкта підприємницької діяльності, що сприяють розвитку ринку інноваційних технологій автор розуміє наявні фактори його внутрішнього середовища, поліпшення яких призведе до покращення результативності його інноваційної та науково-технічної діяльності.

Для оцінки рівня впливу ендogenous детермінант на інноваційну діяльність суб'єкта підприємницької діяльності пропонується такий алгоритм (рис. 1).

Класи рівня впливу екзогенних чинників ринку інноваційних технологій на науково-технічну та інноваційну діяльність суб'єкта підприємницької діяльності

№ класу	Класи рівня впливу екзогенних чинників ринку інноваційних технологій на науково-технічну та інноваційну діяльність суб'єкта підприємницької діяльності	Значення показника
1.	Критичний дестимулюючий вплив	$0 \leq \text{Кекз.д.} \leq 0,150$
2.	Кризовий дестимулюючий вплив	$0,151 \leq \text{Кекз.д.} \leq 0,3$
3.	Дестимулюючий вплив	$0,301 \leq \text{Кекз.д.} \leq 0,450$
4.	Індиферентний вплив	$0,451 \leq \text{Кекз.д.} \leq 0,600$
5.	Середній стимулюючий вплив	$0,601 \leq \text{Кекз.д.} \leq 0,750$
6.	Високий стимулюючий вплив	$0,751 \leq \text{Кекз.д.} \leq 0,900$
7.	Абсолютний стимулюючий вплив	$0,901 \leq \text{Кекз.д.} \leq 1,00$

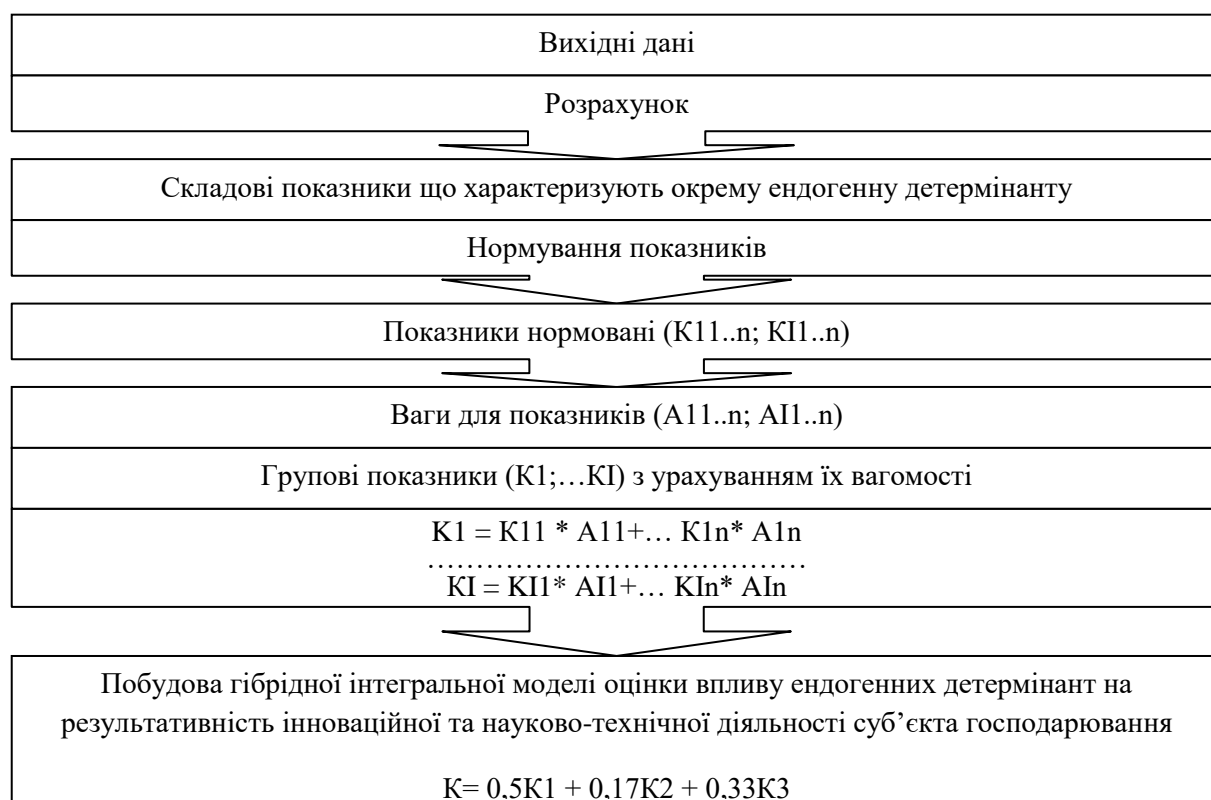


Рис. 1. Алгоритм розрахунку інтегрального показника впливу інноваційних ендogenous детермінант суб'єкта підприємницької діяльності на результативність

2.1. Визначення складових ендogenous детермінант суб'єкта підприємницької діяльності в аспекті мотивування його інноваційної та науково-технічної діяльності для розвитку ринку інноваційних технологій. За результатами опитування 30 суб'єктів підприємницької діяльності, що займаються інноваційною діяльністю та є споживачами і виробниками інноваційних продуктів (продукція, послуга, ідея, патент, авторське право та т.ін.), більшість опитуваних відзначили наступні фактори що формують їх внутрішню середу та сприяють, або чинять перепони розвитку їх інноваційної діяльності:

- персонал – 50%;
- інвестиційні та фінансові можливості – 80%;
- наявна інформація о потенційних покупцях інноваційної продукції, інноваційних технологіях, продуктах які можливо впровадити – 48%;
- науково-технічні зв'язки з іншими інноваційними фірмами, ВНЗ, НДІ, КБ та ін. – 42%;

- наявна інноваційна стратегія, інноваційно-інвестиційний проект, структура цілей та завдань інноваційної діяльності - 12%

Отже, спираючись на дані анкетного спостереження, ендогенними детермінантами суб'єкта підприємницької діяльності що активізують його інноваційну і науково-технічну діяльність та сприяють розвитку ринку інноваційних є:

1. Фінансові та матеріально-технічні ресурси. Аналіз фінансування інноваційних заходів малих підприємств України за останні роки засвідчив, що із загальної суми використаних на інноваційні цілі фінансових ресурсів майже 60-70% становили та становлять власні кошти, фінансування з державного бюджету – 2-4%, кредитні ресурси 2-3%, кошти інвесторів 1-2%. Тобто основним джерелом фінансування інноваційної діяльності суб'єктів підприємницької діяльності були і залишаються власні кошти.

Матеріально-технічні ресурси є основою здійснення інноваційної діяльності, визначають техніко-технологічну базу суб'єкта господарювання, впливають на темпи інноваційної діяльності. Вироблення інноваційного продукту може бути ускладнене їх одержанням, тому актуальним є орієнтування на створення не матеріаломістких нововведень з доброю матеріаловіддачею.

У зв'язку з цим пропонується використовувати такі показники для оцінки детермінанти «Фінансові та матеріально-технічні ресурси»:

- фінансової результативності інвестицій в інновації;
- інвестиційної забезпеченості науково-дослідних та конструкторських робіт суб'єкта господарювання;
- техніко-технологічного оснащення праці;
- матеріальної результативності інновацій;

Більш детальна характеристика зазначених показників наведена у таблиці 3.

2. Інноваційні здібності персоналу. Однією з головних компонент інноваційної діяльності будь-якого суб'єкта господарювання є безумовно його професійно-кадровий склад.

Ставлення робітників до інноваційних процесів, їх бажання вкладати в них свої знання та навички – є важливим фактором, від якого залежить здатність суб'єкта господарювання виробляти, реалізовувати та використовувати продукти ринку інноваційних технологій.

Дослідження, проведені на вітчизняних малих підприємствах, виявили, що серед керівників підтримують і беруть участь в інноваційних процесах у середньому 70% респондентів, 8% ставляться до них пасивно, 10% опитаних чинять опір, 12% взагалі не визначилися. Серед інженерно-технічних працівників ці показники становлять відповідно 55%, 17%, 12% та 16%. Такі дані свідчать про середній рівень зацікавленості працівників українських малих підприємств у розвитку інновацій.

Для здійснення оцінки цих складових, що формують загальну детермінанту інноваційних здібностей персоналу суб'єкта підприємницької діяльності нами пропонується такі показники:

- інноваційної інтенсивності персоналу;
- інтелектуального розвитку персоналу;
- освітнього рівня персоналу;
- професійного рівня розвитку персоналу.

Вимірювання, кількісна оцінка інтелектуального, професійного, освітнього та інших якісних характеристик персоналу – досить складне завдання, для його оцінювання найчастіше використовують експертні підходи на основі анкетування, інтерв'ю власників, менеджерів та керівників суб'єктів господарювання.

Для одержання експертної інформації та обробки її кількісними методами доволі часто використовують вербально-числові шкали, до складу яких входять найменування градацій і відповідні їм числові значення або діапазони числових значень. Нами пропонується з цією метою використовувати поширену вербально-числову шкалу Харрінгтона (табл.3) адаптовану під вимоги даного дослідження та запропонованого методичного підходу здійснення оцінки екзогенних чинників регіонального ринку інноваційних технологій.

3. Інноваційні конкурентні переваги. Загострена конкурентна боротьба на будь-якому ринку обґрунтовує необхідність постійного пошуку та пропозиції суб'єктами підприємницької діяльності нових та удосконалених продуктів, послуг, щоб оперативно реагувати на зміни потреб та бажань споживачів. Конкуренція в сфері інноваційних технологій - це постійний конкурс неординарних рішень вирішення науково-технічних, соціально-економічних і інших важливих проблем. Тому наявність у суб'єкта господарювання саме інноваційних конкурентних переваг є важливою

ендогенною детермінантою для його інноваційного розвитку та розвитку ринку інноваційних технологій.

Таблиця 3

Шкала оцінки якісних показників за критерієм

Клас	Межі
Дуже низький рівень	$0 \leq \text{Кз.п.} \leq 0,150$
Низький рівень	$0,151 \leq \text{Кз.п.} \leq 0,3$
Задовільний рівень	$0,301 \leq \text{Кз.п.} \leq 0,450$
Середній рівень	$0,451 \leq \text{Кз.п.} \leq 0,600$
Вище середнього рівень	$0,601 \leq \text{Кз.п.} \leq 0,750$
Високий рівень	$0,751 \leq \text{Кз.п.} \leq 0,900$
Дуже високий рівень	$0,901 \leq \text{Кз.п.} \leq 1,00$

Інноваційні конкурентні переваги суб'єкта підприємницької діяльності - це його внутрішні фактори, які виділяють його, його продукт, послугу з понад інших суб'єктів господарювання на ринку інноваційних технологій.

Для здійснення оцінки інноваційних конкурентних переваг суб'єкта підприємницької діяльності нами пропонуються наступні показники:

- адаптивності до інновацій;
- інтенсивності інноваційного зовнішнього співробітництва з інноваційних проектів;
- фінансової результативності інновацій.

Характеристика та інструментарій розрахунку запропонованих показників наведено у табл. 4.

Таблиця 4.

Методичний інструментарій оцінки рівня впливу ендогенних детермінант суб'єкта підприємницької діяльності на його інноваційну діяльність в контексті розвитку ринку інноваційних технологій

Показники	Характеристика показника	Метод розрахунку
1	2	3
1. Показники характеризуючі вплив детермінанти «Фінансові та матеріально-технічні ресурси»		
1.1. Фінансова результативність залучених інвестицій в інноваційну діяльність	Характеризує процес капіталізації суб'єкта господарювання від залучення інвестицій в інноваційний процес	$\text{Кф.р.} = \text{Пін}/\text{Він}$ де Пін – прибуток від реалізованих інноваційних проектів; Він – загальні залучені інвестиційні витрати підприємства.
1.2. Інвестиційне забезпечення НДДКР	Характеризує процес забезпечення НДДКР суб'єкта господарювання за стадіями інноваційного циклу	$\text{Кндкр} = \text{Вндкр}/\text{Взаг}$ де Вндкр – витрати на НДДКР; Взаг – загальні витрати на інновації
1.3. Техніко-технологічного оснащення праці	Характеризує процес автоматизації управління та виробництва інновацій	$\text{Ктто} = \text{Втто}/\text{Взаг}$ де Втто – витрати на автоматизацію управління та виробництва; Взаг – загальні витрати на інновації
1.4. Матеріальна результативність інновацій	Характеризує процес створення та застосування матеріаломістких технологій та продуктів	$\text{Км} = \text{Вм}/\text{Дін}$ де Вм- матеріальні витрати на створення (виробництво) інноваційної продукції; Дін- дохід від реалізації інноваційних продуктів.
2. Показники характеризуючі вплив детермінанти «Інноваційні здібності персоналу»		

1	2	3
2.1. Інноваційна інтенсивність персоналу	Характеризує залученість персоналу до інноваційних процесів суб'єкта господарювання	$K_{зп} = Ч_{ін}/Ч_{заг}$ де Ч _{ін} - чисельність персоналу, зайнятого дослідженнями і розробками; Ч _{заг} - загальна чисельність персоналу.
2.2. Інтелектуальний розвиток персоналу	Характеризує частку інтелектуальної праці	$K_{іп}$ визначається за шкалою Харінгтона
2.3. Освітній рівень персоналу	Характеризує рівень саморозвитку персоналу	$K_{сп}$ визначається за шкалою Харінгтона
2.4. Професійний розвиток персоналу	Характеризує рівень управління інноваційним ризиком	$K_{пр}$ визначається за шкалою Харінгтона
3. Показники характеризуючи вплив детермінанти «Інноваційні конкурентні переваги»		
3.1. Адаптивність до інновацій	Характеризує час з моменту усвідомлення потреби чи попиту на новий продукт до моменту його відправлення на ринок інноваційних технологій або споживачу	$K_{трі} = Ч_{нддкр}/Ч_{нддкр}+Ч_{ін}$ де Ч _{нддкр} - час витрачений на НДДКР Ч _{ін} - дохід від реалізації інноваційних продуктів
3.2. Іntenсивність зовнішнього інноваційного співробітництва	Характеризує інтенсивність спільної діяльності суб'єкта господарювання з інститутами й організаціями за інноваційними проектами	$K_{зс} = K_{ід}/K_{гд}$ де K _{ід} - кількість інноваційних договорів K _{гд} – загальна кількість господарських договорів
3.3. Фінансова результативність інновацій	Характеризує процес капіталізації суб'єкта господарювання від упроваджених інновацій	$K_{фр} = П_{ін}/В_{з}$ де П _{ін} – прибуток від реалізованих інноваційних договорів; В _з – загальні інноваційні витрати підприємства

2.2. Визначення вагової категорії ендогенних складових детермінант суб'єкта підприємницької діяльності та інтегрального коефіцієнту їх впливу на інноваційну та науково-технічну діяльність суб'єкта підприємницької діяльності. Для визначення «вагової» категорії запропонованих групових показників використовується метод експертних оцінок. Зокрема, для визначення вагомості ендогенних складових детермінант застосовано підхід, що базується на парному порівнянні показників (табл. 5). Оцінки у клітинках табл. 4 проставлялися виходячи з наступного: 0 - якщо показник у стовпчику є важливішим за показник у рядку; 1 - якщо показник у рядку є важливішим за показник у стовпчику.

Далі підраховується сума балів у всіх рядках, вона склала $\Sigma = 5$. Вагомість кожного показника визначена як частка від ділення суми у відповідному рядку на величину Σ . Було опрацьовано 30 таких таблиць, які були заповнені експертами (директори, власники, лінійні та функціональні керівники суб'єктів підприємницької діяльності що займаються інноваційною діяльністю та використовують продукцію ринку інноваційних технологій).

У результаті вагомості груп показників, що формують ендогенні показники склали:

- Фінансові та матеріально-технічні ресурси – 0,5.
- Інноваційні здібності персоналу – 0,167.
- Інноваційні конкурентні переваги – 0,333.
- Стратегічні цілі і задачі – 0

Таким чином, формула розрахунку коефіцієнту (рівня) впливу ендогенних детермінант суб'єкта підприємницької діяльності на активізацію його інноваційної діяльності має вид:

$$K = 0,5K_1 + 0,17K_2 + 0,33K_3$$

Показники групи «Стратегічні цілі та задачі суб'єкта підприємницької діяльності» за результатами мають найменшу вагомість з точки зору самих підприємців, тому вони були виключені з розрахунків, про те всі вони вважають за необхідним мати та розробляти стратегію розвитку свого суб'єкта господарювання, на жаль, не усвідомлюючи наскільки важливим для цього є процес її розробки, обґрунтований вибір стратегічних альтернатив, постановка, коректування та контроль цілей та завдань не тільки на короткостроковий період, а і в перспективі.

Таблиця 5

Таблиця для визначення вагомості показників

Ендогенні детермінанти	Фінансові та матеріально-технічні ресурси	Інноваційні здібності персоналу	Інноваційні конкурентні переваги	Стратегічні цілі і задачі	Сума
Фінансові та матеріально-технічні ресурси		1	1	1	3
Інноваційні здібності персоналу	0		0	1	1
Інноваційні конкурентні переваги	0	1		1	2
Стратегічні цілі і задачі	0	0	0		6

2.3. Визначення класів рівня впливу екзогенних чинників ринку інноваційних технологій на науково-технічну та інноваційну діяльність суб'єкта підприємницької діяльності. Для доповнення запропонованої методики оцінки ендогенних детермінант суб'єкта підприємницької діяльності та з метою можливого застосування «Методичного підходу до оцінювання впливу факторів внутрішнього середовища на розвиток регіонального ринку інноваційних технологій в Україні»[19] було розроблено шкалу класів рівня їх впливу на його інноваційну та науково-технічну діяльність (табл.6).

Таблиця 6

Класи рівня впливу ендогенних внутрішнього середовища суб'єкта підприємницької діяльності на його науково-технічну та інноваційну діяльність

№ класу	Класи рівня впливу ендогенних чинників на науково-технічну та інноваційну діяльність підприємства	Значення показника	Інноваційно-господарська ситуація	Характеристика класу
1	2	3	4	5
1.	Критичний дестимулюючий вплив	$0 \leq K \leq 0,150$	Негативна для здійснення інноваційної діяльності	За всіма груповими оціночними показниками ендогенних детермінант спостерігається стійка негативна тенденція до інноваційної діяльності
2.	Кризовий дестимулюючий вплив	$0,151 \leq K \leq 0,3$	Системно-кризова	За більшістю складових групових оціночних показників ендогенних детермінант спостерігається стійка негативна тенденція

1	2	3	4	5
3.	Дестимулюючий вплив	$0,301 \leq K \leq 0,450$	Кризова	За окремими складовими групових оціночних показників групових ендогенних детермінант спостерігається стійка негативна тенденція
4.	Індиферентний вплив	$0,451 \leq K \leq 0,600$	Проблемна	За більшістю складових групових оціночних показників ендогенних детермінант спостерігається не стійка негативна тенденція.
5.	Середній стимулюючий вплив	$0,601 \leq K \leq 0,750$	Нормальна але з наявністю проблем	За окремими складовими групових оціночних показників ендогенних детермінант спостерігається не стійка негативна тенденція.
6.	Високий стимулюючий вплив	$0,751 \leq K \leq 0,900$	Добра	За окремими груповими оціночними показниками спостерігається не стійка позитивна інноваційна активність
7.	Абсолютний стимулюючий вплив	$0,901 \leq K \leq 1,00$	Близька до ідеальної	За всіма груповими оціночними показниками спостерігається стійка інноваційна активність

Запропонований методичний інструментарій до оцінки рівня впливу ендогенних детермінант на інноваційну активність дозволить суб'єкту підприємницької діяльності здійснити проведення комплексного аналізу його інноваційної діяльності, та вибрати і розробити власні стратегії для її здійснення.

Етап 3. Визначення стратегій мотивації суб'єкта підприємницької діяльності до активізації його інноваційної та науково-технічної діяльності з метою розвитку ринку інноваційних технологій. В роботі пропонується модель вибору стратегій мотивації суб'єкта підприємницької діяльності до активізації його інноваційної та науково-технічної діяльності з урахуванням рівня впливу на нього екзогенних детермінант ринку інноваційних та інноваційних ендогенних детермінант його внутрішнього середовища рис. 2.

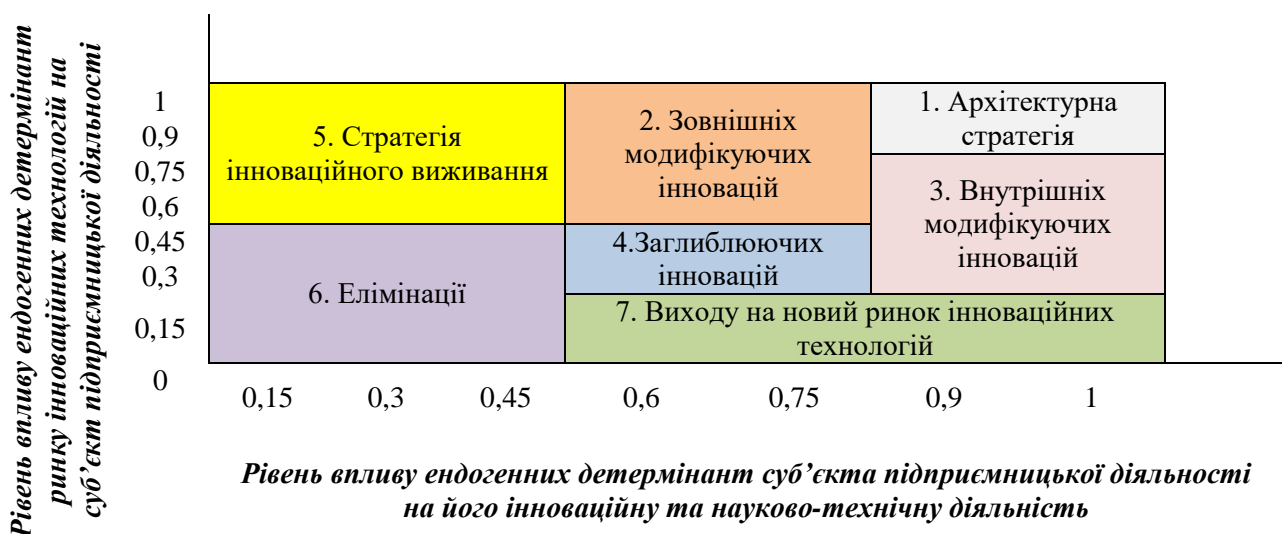


Рис. 2. Модель вибору інноваційних стратегій підприємства

Висновки та перспективи подальших досліджень. У статті наведено окремі результати досліджень щодо розробки методичного підходу формування стратегій підприємств в залежності від рівня впливу на нього екзогенних детермінант ринку інноваційних технологій та ендогенних детермінант його внутрішнього середовища що впливають на результативність його інноваційної та науково-технічної діяльності. Сутність та подальші етапи розробки інноваційних стратегій підприємства будуть представлені у наступних дослідженнях та публікаціях.

ЛІТЕРАТУРА

1. Ansoff I. The State of Practice Planning Systems / I. Ansoff // Sloan Management Review. – 1977. –Winter. – P. 1–24.
2. Денисюк І. Стратегія розвитку підприємства харчової промисловості: економічна сутність. Економічний аналіз. 2013. Т. 12(3). С. 112–115. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecan_2013_12\(3\)_25](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecan_2013_12(3)_25)
3. Захарчин Р.М. Сучасні виклики щодо формування економічної стратегії розвитку підприємства. Науковий вісник НЛТУ України. 2014. Вип. 24.7. С. 245–250. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvntlu_2014_24
4. Ступчук С.М. Формування системи цільових показників як складова стратегії розвитку підприємства. Вісник Хмельницького національного університету. Серія «Економічні науки». 2014. № 3. Т. 3. С. 168–172.
5. Тур О.В. Формування поняття стратегія розвитку підприємства. Інтелект XXI. 2015. № 4. С. 38–45.
6. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. – М.: Дело, 1992. – 702 с.
7. Карлоф Б. Деловая стратегия: концепция, содержание, символы. – М.: Издательство «Экономика», 1991. – 239 с.
8. Калінеску Т.В., Романовська Ю.А., Кирилов О.Д. Стратегічний потенціал підприємства: формування та розвиток. Монографія. – Луганськ: Вид – во СНУ ім. В. Даля, 2007. – 272 с.
9. Горелов Д.О., Большенко С.Ф. Стратегія підприємства. Навчально – методичний посібник. – Харків: ХНАДУ, 2011. –133 с.
10. Виханский О.С. Стратегическое управление: Учебник. – М.: Гардарики, 1998. – 296 с.
11. Гончаров Ю.В., Лапчик Ю.Ю. Удосконалення стратегії розвитку підприємства. Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. 2014. № 1. С. 193–199. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkntud_2014_1_30
12. Золотаревський А.В. Створення стратегії економічного розвитку підприємства. Формування ринкових відносин в Україні. 2014. № 11(162). С. 107–113. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/frvu_2014_11_23
13. Клименко С.М. Формування стратегії розвитку підприємства з урахуванням ризиків. Бізнес Інформ. 2013. № 8. С. 343–347.
14. Македон В.В. Розробка стратегії розвитку промислового підприємства. Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. 2013. Вип. 1(1). С. 369–373. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Traeiv_2013_1_1_81
15. Хацер М.В. Стратегія розвитку підприємства в умовах нестабільності економіки держави. Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). 2014. № 3. С. 109–112. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/znptdau_2014_3_24
16. Кобелєв В.М., Захарченко Ю.В. Теоретичні та методологічні основи формування стратегії розвитку підприємства. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2013. Вип. 42. С. 297–303. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vetp_2013_42_41
17. Кузьмак О.І. Інноваційна стратегія як засіб стабілізації розвитку промислового підприємства. Інноваційна економіка. 2016. № 1–2. С. 114–118. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2016_1-2_20
18. Бутенко А.І., Шлафман Н.Л., Уманець Т.В. та ін. Теоретичні засади формування ринку інноваційних технологій: монографія. Одеса: ІПРЕЕД НАНУ, 2020. - 130с.
19. Уманець Т.В., Шаталова Л.С., Топалова І.А. Методичний підхід до оцінювання впливу факторів внутрішнього середовища на розвиток регіонального ринку інноваційних технологій України»: наукова доповідь. Одеса ІПРЕЕД НАНУ, 2020. - 48с

REFERENCES

1. Ansoff I. The State of Practice Planning Systems / I. Ansoff // Sloan Management Review. – 1977. –Winter. – P. 1–24.
2. Denysiuk I. (2013). Stratehiia rozvytku pidpriemstva kharchovoi promyslovosti: ekonomichna sutnist [Food industry development strategy: economic essence]. Ekonomichnyi analiz. 12(3). 112-115 [in Ukrainian]
3. Zakharchyn R.M. (2014). Suchasni vyklyky shchodo formuvannia ekonomichnoi stratehii rozvytku pidpriemstva [Modern challenges in forming an economic strategy for enterprise development]. Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy. 24.7. 245–250 [in Ukrainian]
4. Stupchuk S.M. (2014). Formuvannia systemy tsilovykh pokaznykiv yak skladova stratehii rozvytku pidpriemstva [Formation of a system of target indicators as a component of enterprise development strategy]. Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Serii «Ekonomichni nauky». 3. 168–172 [in Ukrainian]
5. Tur O.V. (2015). Formuvannia poniattia stratehii rozvytku pidpriemstva [Formation of the concept of enterprise development strategy]. Intelekt KhKhI. 4. 38–45 [in Ukrainian]
6. Meskon M.Kh., Al'bert M., Khedouri F. (1992). Osnovy menedzhmenta [Management Basics]. M.: Delo [in Russian]
7. Karlof B. (1991). Delovaya strategiia: kontsepsiia, sodержanie, simvoly [Business strategy: concept, content, symbols]. M.: Ekonomika [in Russian]
8. Kalinesku T.V., Romanovska Yu.A., Kyrylov O.D. (2007). Stratehichniy potentsial pidpriemstva: formuvannia ta rozvytok. Luhansk: SNU im. V. Dalia [in Ukrainian]
9. Horielov D.O., Bolshenko S.F. (2007). Stratehiia pidpriemstva [Enterprise strategy]. Kharkiv: KhNADU [in Ukrainian]
10. Vikhanskii O.S. (2007). Strategicheskoe upravlenie: Uchebnik [Strategic management: Textbook]. M.: Gardarika [in Russian]
11. Honcharov Yu.V., Lapchuk Yu.Yu. (2014). Udoskonalennia stratehii rozvytku pidpriemstva. [Adequate strategy for the development of the enterprise]. Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu tekhnologii ta dizainu. 1. 193–199 [in Ukrainian]
12. Zolotarevskiy A.V. (2014). Stvorenna stratehii ekonomichnoho rozvytku pidpriemstva [Implementation of the strategy of economic development of the enterprise]. Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini. 11(162). 107-113 [in Ukrainian]
13. Klymenko S.M. (2013). Formuvannia stratehii rozvytku pidpriemstva z urakhuvanniam ryzykiv [Formation of a strategy for the development of an enterprise taking into account risks]. Biznes Inform. 8. 343–347 [in Ukrainian]
14. Makedon V.V. (2013). Rozrobka stratehii rozvytku promyslovoho pidpriemstva [Development of a strategy for the development of an industrial enterprise]. Teoretychni i praktychni aspekty ekonomiky ta intelektualnoi vlasnosti. 1(1). 369–373 [in Ukrainian]
15. Khatser M.V. (2014). Stratehiia rozvytku pidpriemstva v umovakh nestabilnosti ekonomiky derzhavy [Strategy for development industry in the minds of instability economy state]/ Zbirnyk naukovykh prats Tavriiskoho derzhavnogo ahrotekhnolohichnoho universytetu (ekonomichni nauky). 3. 109–112 [in Ukrainian]
16. Kobieliy V.M., Zakharchenko Yu.V. (2013). Teoretychni ta metodolohichni osnovy formuvannia stratehii rozvytku pidpriemstva [Theoretical and methodological bases for the formulation of the strategy for the development of the enterprise]. Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti. 42. 297–303 [in Ukrainian]
17. Kuzmak O.I. (2016). Innovatsiina stratehiia yak zasib stabilizatsii rozvytku promyslovoho pidpriemstva [Innovation strategy for stabilization of industrial development]. Innovatsiina ekonomika. 1–2. 114–118 [in Ukrainian]
18. Butenko A.I., Shlafman N.L., Umanets T.V. ta in. (2020). Teoretychni zasady formuvannia rynku innovatsiinykh tekhnologii: monohrafiia. [Theoretical ambush in the formulation of the market of innovative technologies]. Odesa: IPREED NANU [in Ukrainian]
19. Umanets T.V., Shatalova L.S., Topalova I.A. (2020) Metodychnyi pidkhid do otsiniuvannia vplyvu faktoriv vnutrishnoho seredovyscha na rozvytok rehionalnoho rynku innovatsiinykh tekhnologii Ukrainy: naukova dopovid [Methodical approach to assessing the influx of factors from the internal middle to the development of the regional market of innovative technologies of Ukraine]. Odesa: IPREED NANU [in Ukrainian]