

4. Кобець, Дмитро Леонтійович. "Теоретичні підходи до виявлення та вибору стратегічних альтернатив розвитку підприємства." (2017).
5. Balan, Valeriy. "Методичний підхід до вибору партнерів по стратегічному альянсу на основі нечіткої логіки." Вісник соціально-економічних досліджень 2 (73) (2020): 121-135.
6. Методи вибору стратегічних альтернатив [Електронний ресурс] // Pidru4niki. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: https://pidru4niki.com/1514020554059/menedzhment/metodi_viboru_strategichnih_alternativ.

Prokhorova Yeliena

PhD, Associate Professor, Management department
Kyiv National Economic University named after V. Hetman
yeliena.prokhorova@kneu.ua

Kobrynska Anastasiia

Student of the Faculty of Economics and Management,
Specialization - project management and consulting,
nastya-kobrinska@ukr.net

THEORETICAL AND METHODOLOGICAL PRINCIPLES OF IDENTIFYING AND CHOOSING STRATEGIC ALTERNATIVES FOR THE DEVELOPMENT OF THE ORGANIZATION

Abstract: The paper examines the main theoretical and methodological principles for choosing strategic alternatives for the organization's development. The main theoretical concepts and signs of possible alternatives are considered, as well as the methods of their detection are described. The main methodical approaches to the selection of criteria for comparing alternatives have been studied, and the main methods of choosing strategic alternatives for the development of the organization have been highlighted.

Keywords: strategic alternatives, methods of choosing strategic alternatives, signs of strategic alternatives.

Тізем П.П.,

аспірант кафедри економіки і підприємництва
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»
njkubiniy@gmail.com

КОМПОНЕНТИ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНУ

Анотація. Інноваційний потенціал виступає як екзистенціальна умова формування радикальних конкурентних переваг. Компонентами інноваційного потенціалу регіону виділені: інституційна складова, ціннісний субпотенціал, людська та організаційна компоненти, маркетингова та ринкова складова, фінансово-інвестиційний субпотенціал.

Ключові слова: конкурентоспроможність, регіон, інноваційний потенціал, склад інноваційного потенціалу.

Актуальність. Радикальними конкурентними перевагами регіональної економіки є інноваційна активність бізнесу, яка дозволяє регіону опанувати передовими позиціями у науковій сфері, технологічному лідерстві та людському інтелектуальному капіталі. Це означає, що умовою конкурентоспроможності є наявність інноваційного потенціалу. Інноваційний потенціал є результатом попередніх стратегічних дій регіональної адміністрації стосовно підтримки інноваційного підприємництва та одночасно виконує функцію рушійної сили майбутніх інноваційних досягнень. Інноваційний потенціал не є однорідним явищем, а складається з різних компонентів, які відіграють певну роль у формуванні конкурентних переваг та мають певне значення для успішного розвитку економічної системи. Дослідження сутності потенціалу в контексті його складових дозволяє визначити сфери, на які доцільно спрямовувати управлінські рішення, увагу стратегічного менеджменту, щоб забезпечити досягнення довгострокової мети, що

закладена в стратегію регіонального розвитку. Все це обумовило актуальність теми дослідження.

Постановка задачі. Сучасна наукова думка залишає поза увагою структурно-змістовний контент інноваційного потенціалу регіону. Метою даного дослідження є на основі застосування методу дедукції виявити складові інноваційного потенціалу та показати їх значення в формуванні конкурентоспроможності регіональної економіки.

Результат. Потенціал як сукупність можливостей здійснення певних зусиль являє собою явище, яке є вкрай складним з точки зору його компонентної будови, а відповідно й управління його використанням та розвитком. Ця складність обумовлена рядом факторів тим, що крім явної його іпостасі є латентна, активізація якої має невизначені однозначно перспективи. Якщо явна частина потенціалу може бути оцінена та її використання прогнозоване, латентна частина потенціалу може мати як позитивне, так й негативне спрямування. Латентна та явна складові інноваційного потенціалу проявляється в його структурно-змістовному контенті. Інноваційний потенціал являє собою сукупність сил, які дозволяють активізувати генерування новацій, трансфер їх в практичну сферу та впровадження у вигляді інновацій. Сили, що формують потенціал, проявляються у таких компонентах:

1. Інституційна складова. Доведено, що «інституційним потенціалом суспільства виступають усталені сфери суспільних взаємодій з приводу виробництва та розповсюдження знань, які регулюються певними правилами на рівні наукової та інноваційної політики, яка втілена в законодавчій базі, програмах та доповідях, спрямованих на розвиток основних засад суспільства знань на міжнародному рівні ("Окінавська хартія глобального інформаційного суспільства", програми ЮНЕСКО), Європейського Союзу (Рамкові програми) та України».[10] Трансформуючи дану тезу в лоно інноваційної теорії інституційною складовою інноваційного потенціалу виступають стійка взаємодія, усталені правила інноваційної активності, що відображені в нормативних актах та неформальних правилах наукової та ділової сфери.

2. Ціннісний потенціал. При тому, що даний вид потенціалу розглядається як частина інституційного, ми вважаємо це неправомірним. Навіть правила поведінки як частина інституційного потенціалу, можуть не мати морально-етичного або ціннісного звучання. Морально-етичний, ціннісний потенціал визначає напрями практики інноваційної активності, морально-етичне значення виробництва тих чи інших товарів, технологій. Саме по даній складовій інноваційного потенціалу відбуваються дискусії, наприклад, в області генної інженерії, «Ціннісний вимір є суб'єктивним рівнем, тому конкретизується на рівні основних суб'єктів суспільства знань, таких як інтелектуальна еліта, працівники системи знань та досліджень і масові соціальні групи». [10] доведено, що «в соціумі, розвиненому у всіх відносинах, наука автономна в тому сенсі, що межі її задані особливостями цілепокладання, ціннісних орієнтацій, професійних умінь людей, особливо організованих». [8] Ціннісний потенціал пов'язаний з намірами, що панують в регіональному соціумі, а це створює особливий ресурс, що задіяний в «інтенціональній економіці». [4] Морально-етичний потенціал в складі інноваційного безпосередньо пов'язана з оточуючим середовищем. Наприклад, велику проблему формують відходи, що утворюються внаслідок життєдіяльності регіонального соціуму та територіального бізнесу. Ціннісний потенціал в процесі інноваційної активності, що зачіпає екологію регіону, проявляється у таких іпостасях:

- сукупність моральних норм, які дотримуються в процесі інноваційної активності і забезпечують виробництво нових товарів, що не збільшують забруднення навколишнього оточення;

-інноваційний потенціал підприємців та регіону в цілому, спрямований на розробку та впровадження товарів та технологій, які сприяють ліквідації майбутніх потенційних загроз регіональному природному середовищу.

3. Людська компонента інноваційного потенціалу є різноманітною з точки зору її наповнення та використання. Доцільно відмітити, що одним з показників рівня людського потенціалу в країні або регіоні є продуктивність праці. Як доведено в аналітичній статті В.Мікловди та його однодумців, рівень продуктивності праці в Україні значно нижче, ніж в країнах Євросоюзу, з яким держава має кордони й «рейтинг конкурентоспроможності за критерієм ефективності праці» [5] не відповідає сучасним вимогам. Людина, а відповідно, велика кількість людей, що задіяні в інноваційній активності регіону, має багато характеристик, які можуть вплинути на стан інноваційної активності. В першу чергу це креативна складова людської компоненти інноваційного потенціалу, яка генерує ідеї та знаходить найбільш оптимальні шляхи її практичного впровадження. Важливим елементом людської компоненти є освіта та рівень професійної майстерності зайнятих на регіональному ринку праці, потрібні для реалізації інноваційних проектів. Виділимо в якості частини людської компоненти інноваційного потенціалу поведінкові характеристики, які підтримуються або гальмуються в регіональному соціумі і які включають вміння ризикувати, працювати в умовах мінливості оточення, постійних змін знарядді та предметів праці. Вказані вище інституційні норми та ціннісні ресурси інноваційного потенціалу проявляються в процесі формування та використання людського потенціалу, що показує значення останнього для адекватності прийняття стратегічних рішень. В людській компоненті також проявляється, реалізується мотиваційний потенціал інноваційного розвитку регіональної економіки, особливо в частині самомотиваційних механізмів та факторів. Людська компонента також є важливою внаслідок того, що забезпечує зниження ризиків в інноваціях енергетичної сфери [2] та забезпечення оцінки стану інноваційного потенціалу на рівні громад. [1]

4. Організаційна частина. Під організаційною частиною інноваційного потенціалу регіону розуміємо такий устрій, при якому регіональні органи влади забезпечують відповідні умови для здійснення інноваційного підприємництва. Сюди відноситься мережа регіональних моніторинг-аналітичних центрів, консалтингових хабів, закладів, що організують трансфер новаций в інновації та підтримку підприємців, які ризикують впроваджувати виробництво інноваційної продукції. Певною мірою до організаційного потенціалу віднесено наявність та здатність ефективно функціонувати регіональної інноваційної системи як процесно, так й структурно організованому плані. Останнім часом при дослідженні стартапів велику увагу приділяють екосистемі, яка являє собою мережу, «що об'єднує різних суб'єктів інноваційного процесу (університети, венчурні компанії, маркетологів, підприємців, аудиторські й консалтингові агентства та ін.), які взаємодіють між собою на основі формальних або неформальних домовленостей – «правил гри». [9] Екосистема пропонує мережу, яка є умовою ефективного функціонування початківців-новаторів. «Мережа важлива в кожній сфері життя та в кожній галузі. Для стартапів мережа означає багато різних речей. Підприємці мають довгий список пріоритетів, таких як забезпечення фінансування, з'ясування, як продати свій продукт, отримати поради від інших успішних підприємців та отримати натхнення через співпрацю». [3]

5. Маркетингова складова. Маркетинговий потенціал проявляється в здібності регіону маркетингового моніторингу ринку, знаходження способів просування інновацій на ринки і тим самим формування ринків інновацій та інноваційних продуктів. Маркетинговий потенціал надає можливість підприємцям, що залучені в інноваційну діяльність в регіоні, бути успішним. Іншими словами, регіональна система просування інноваційної продукції до споживача є однією з найбільш важливих для успішного процесу

6. Науковцями визначено, що «ринок інновацій має низку специфічних особливостей: – високий рівень науково-технічної новизни та прогресивності, що знижує рівень сприйнятливості споживачів; - Підвищений рівень невизначеності різних параметрів діяльності; - цільова орієнтація на досягнення щодо далеких за часом результатів; – об'єднання

висококваліфікованих спеціалістів із різних областей, унікальних матеріальних ресурсів; - Високий ступінь ймовірності отримання непередбачуваних, але мають самостійну цінність, проміжних результатів». [7] Маркетингова складова інноваційного потенціалу регіону – це здатність регіону в тому числі й підтримувати виведення інноваційних товарів малого бізнесу на регіональний або національний ринок.

7. Крім цього, інноваційний потенціал має ринкові складові: пропозицію та попит. Потенціал пропозиції інноваційного продукту має стратегічний характер. Саме нові вироби, технології, товари, послуги, які є продуктом інноваційного виробництва й запропоновані на ринок, забезпечують якісні зміни в суспільстві, формують новий стиль життя. Попит є категорією поточного управління, він відображає потреби окремих людей або суспільства на товари, які люди, групи або суспільство знають й потребують сьогодні.

8. Фінансово-інвестиційний потенціал. Інноваційна активність є високо витратним та одночасно ризикованим видом діяльності, тому для її успішного здійснення доцільно мати відповідні фінансові ресурси, які можуть бути спрямовані в дану сферу. Для цього залучати «ангелів», платформи краудсорсингук, венчурних інвесторів. При цьому непотрібно обмежуватися інвестиційними можливостями регіону, а залучати до фінансових вкладень вітчизняних та закордонних інвесторів.

Унікальність інноваційного потенціалу полягає в тому, що стратегічний потенціал пропозиції знаходиться в єдності з поточним потенціалом попиту. «Потреби можуть мати ситуаційний характер, в цьому випадку вони викликають дію оперативного потенціалу. Крім цього, потреби можуть бути спрямовані у майбутнє, і внаслідок цього викликають появу саме стратегічного потенціалу». [6] Їх взаємодія надає імпульс для інтуїтивного визначення потреб, що виникнуть в майбутньому.

Висновки. Інноваційний потенціал регіонального розвитку є багатограним явищем, яке за роллю в процесі формування радикальних конкурентних переваг виступає екзистенційною умовою. Компонентами інноваційного потенціалу виділені: інституційна складова (усталені форми суспільних відносин, що сприяють інноваційному підприємництву), ціннісний субпотенціал (визначає філософські аспекти інноваційної активності), людська (сукупність інтелектуальної, поведінської, мотиваційної, інших складових) та організаційна (наявність та ефективність функціонування регіональної інноваційної системи) компоненти, маркетингова (просування інновацій та інноваційної продукції до споживача) та ринкова складова (попит й пропозиція на інновації), фінансово-інвестиційний субпотенціал (бажання, наміри та можливості інвестувати в новації та інновації).

Список використаних джерел.

1. Honcharenko I., Dubinina M., Kubiniy, N., Honcharenko, O. (2021). EVALUATION OF THE REGIONAL PUBLIC AUTHORITIES ACTIVITIES. Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development, 43(1), 90–99.
2. Kryshchanovych M., Akimova L., Akimov O., Kubiniy N., Marhitich V. Modeling the Process of Forming the Safety Potential of Engineering Enterprises. International Journal of Safety and Security Engineering. Vol. 11, No. 3, June, 2021, pp. 223-230.
3. More Than a Shoebox: The Importance of Ecosystems for Startups. Innovation depot. <https://innovationdepot.org/2021/08/more-than-a-shoebox-the-importance-of-ecosystems-for-startups/> Дата звернення: 10.02.2022.
4. Кубиний Н.Ю. Философский бекграунд вероятности как категории интенциональной нано-экономики. Науковий вісник Ужгородського університету. Серія Економіка. 2021. № 1(57) с.48-53.
5. Мікловда В.П., Кубиний Н.Ю., Мошак С.М. Рейтинг конкурентоспроможності України за критерієм ефективності праці. Демографія та соціальна економіка, 2015. С.199-208.
6. Мікловда В.П., Шандор Ф.Ф., Кубиний Н.Ю., Мошак С.М., Шеверя М.Ю., Кубиний В.В. Стратегічний потенціал економічної системи: інноваційні та інституціональні механізми його активізації [Текст]: монографія. Ужгород, 2014. 420 с.
7. Пузыревская А., Ястремская П. Маркетинг инноваций : тексты лекций для студентов специальности 1-26 02 03 «Маркетинг» заочной формы обучения. Минск, 2014. 118 с.

8. Словьев В.П. Инновационная деятельность как системный процесс в конкурентной экономике (Синергетические эффекты инноваций). Киев: Феникс, 2006. 560с.

9. Федулова Л. І. Марченко О. С. Інноваційні екосистеми: сутність та методологічні засади формування. Економічна теорія та право. 2015. № 2 (21). С. 21–33.

10. Шведкун К. ІНСТИТУЦІЙНО-ЦІНІСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА ЗНАНЬ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНІ. Соціологія. 2021. №2. С.101-114.

Шведкий В. А.,

аспірант кафедри економічної кібернетики
та управління економічною безпекою,

Харківський національний університет радіоелектроніки
shvedkyy@gmail.com

СТРАТЕГІЧНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ-ПОСТАЧАЛЬНИКІВ НА ЕНЕРГЕТИЧНОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

Анотація. *Визначено основні напрями стратегічного розвитку постачальників на енергоринку України: конкурентоспроможність ціни; надійність та відкритість; якість сервісів, у тому числі цифрових; інтеграція продукту постачальників у клієнтські бізнес-процеси. Обґрунтовано принципи оцінки ефективності стратегічного розвитку.*

Ключові слова: *енергетичний ринок, підприємства-постачальники, стратегічний розвиток.*

Актуальність. Реформування українських ринків природного газу та електроенергії уможливило появу на ринку нових гравців – незалежних постачальників енергоресурсів, які активно та небезуспішно конкурують з монополістами, у тому числі державними. Також під впливом лібералізації поступово вирівнюється асиметрія у відносинах продавців і покупців. Покупці енергоресурсів, які набули право самостійно обирати та змінювати компанію-постачальника, посилили свою ринкову владу. Відповідно, має змінитися і економічна поведінка постачальників у напрямі від диктату умов продажу до пошуку шляхів залучення й утримання клієнтів. Оскільки загальний вектор реформування енергетичних ринків залишається незмінним – перехід до вільного ціноутворення, максимальна прозорість та відкритість, постачальники шукають нові стратегічні орієнтири розвитку.

Постановка задачі (мета). Метою дослідження є визначення основних напрямів стратегічного розвитку підприємств-постачальників на енергетичному ринку України, оцінка ефективності стратегічного розвитку.

Результати. Хоча конфігурація енергоринку змінилася не так давно, вже стає зрозумілим, що конкурентну боротьбу виграють постачальники, які спираються не на ресурсні переваги, а на принципи клієнтингу (створення зручних для клієнта продажних сервісів, особливих переваг – можливостей отримання додаткових доходів, спеціальних умов розвитку клієнтського бізнесу тощо [1]).

Намагання максимально проникнути у бізнес-процеси клієнта та стати ближче до нього стало головною стратегічною метою багатьох постачальників, які прагнуть працювати в обох сегментах ринку, як оптовому, так і роздрібному. Реалізація цієї мети зумовлює формування клієнтоорієнтованого організаційно-економічного механізму управління. Аналіз діяльності підприємств-постачальників свідчить про те, що у структурі цього механізму можна виділити спільні принципи побудови: ключові стратегічні ініціативи зосереджуються навкруги важливих для клієнта параметрів надання послуг, а саме:

- забезпечення конкурентоспроможності ціни (моніторинг ринку, участь у балансуючих групах, формування «портфеля» клієнтів для зменшення небалансів, толеранс, урізноманітнення комерційних пропозицій, формування «портфеля» закупівель енергоресурсів);

- надійність та відкритість постачальника (інформування споживача – оприлюднення інформації про роботу постачальника, у тому числі фінансової та управлінської звітності,