

КЛАСИФІКАЦІЯ СУЧАСНИХ КОНЦЕПЦІЙ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ЗА ЗОВНІШНІМИ ДЖЕРЕЛАМИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ

CLASSIFICATION OF MODERN CONCEPTS OF STRATEGIC MANAGEMENT OF INNOVATION DEVELOPMENT BY EXTERNAL SOURCES OF COMPETITIVE ADVANTAGE

Проаналізовано класифікацію сучасних концепцій стратегічного управління інноваційним розвитком підприємств, які ключовими виділяють зовнішні джерела формування конкурентних переваг. Наведено коротку характеристику розглянутих концепцій.

Проанализирована классификация современных концепций стратегического управления инновационным развитием предприятий, выделяющих внешние источники формирования конкурентных преимуществ как ключевые. Приведена краткая характеристика рассмотренных концепций.

Analyzed the classification of modern concepts of strategic management of innovative development of enterprises that produce the key external sources of competitive advantage. Provides a brief description of the considered concepts.

In a knowledge economy is vitally important task for companies is finding new ways to obtain competitive advantages, including a detailed analysis of current trends and concepts of strategic management of innovation development of enterprises, research and describe the processes of innovation and how they generate within the enterprise.

The article analyzes the modern concept of strategic management of innovation development of enterprise, which are basically the assumption of priority importance of external factors in the formation of competitive advantage. In the process of classifying these concepts found that strategic management is characterized by large thematic variety and availability of different views on the process of building a strategy.

Scientific novelty of the results is to determine the chronology of establishing identity and attributes of modern concepts of strategic management of innovation development of enterprises based on finding and using competitive advantages of an external environment of the company.

Ключові слова: стратегічне управління, інноваційний розвиток, концепції, хронологія виникнення.

Вступ. В умовах економіки знань життєво важливим завданням для підприємств є пошук нових шляхів отримання конкурентних переваг, у тому числі на основі детального аналізу сучасних течій та концепцій стратегічного управління інноваційним розвитком підприємства, дослідження та опису процесів впровадження інновацій і методів їх генерування всередині підприємств.

Питаннями інноваційного розвитку підприємств займалося багато науковців, зокрема: Г. Мінцберг, Дж.Б. Куїнн, Е. Голдратт, Г. Хамел, К.К. Прахалад, Б. Вернерфельт, І. Нонака, Х. Такеучі, П. Сендж, Кім Чан, Д. Логан, Х. Фішер-Райт та ін. Усі вищеперераховані автори погоджуються з вирішальною роллю інновацій у ефективній та результативній діяльності підприємств.

Постановка завдання. В умовах економіки знань життєво важливим завданням для підприємств є пошук нових шляхів отримання конкурентних переваг, у тому числі на основі детального аналізу сучасних течій та концепцій стратегічного управління інноваційним розвитком підприємства, дослідження та опису процесів впровадження інновацій і методів їх генерування всередині підприємств.

Мета статті – проаналізувати класифікацію сучасних концепцій стратегічного управління інноваційним розвитком підприємств, що виділяють як ключові зовнішні джерела формування конкурентних переваг.

Методологія. Методологічною базою для даного дослідження слугували порівняльний аналіз та синтез.

Результати дослідження. Нами проаналізовано сучасні концепції стратегічного управління інноваційним розвитком підприємства (СУІР), що мають в своїй основі припущення про першочерговість значення зовнішніх факторів при формуванні конкурентних переваг. У процесі проведення класифікації цих концепцій встановлено, що стратегічне управління характеризується великою тематичною різноманітністю та наявністю різних поглядів на процес побудови стратегії. Велика робота з класифікації й аналізу розробок різних шкіл стратегій проведена Г. Мінцбергом та ін. [2]. У своїй роботі «Школи стратегій. Стратегічне сафарі: екскурсія по хащах стратегій менеджменту» автор розглядає школи управлінської думки, описує стан і виявляє нові підходи до розробки стратегії підприємства. Шершньова З.Є. [3] наголошує, що кожна з описаних шкіл акцентує увагу на певних моделях та методах розробки стратегій. Однак, практика використання стратегічного управління доводить, що, з одного боку, немає єдиного «ідеального» підходу, а з іншого, – існують елементи, що їх використовують усі автори.

На основі аналізу 5-ти концепцій стратегічного управління інноваційним розвитком підприємства [4, 5, 6, 7, 8] ми розробили порівняльну таблицю з урахуванням хронології їх виникнення.

Таблиця 1 – Класифікація сучасних концепцій стратегічного управління інноваційним розвитком за зовнішніми джерелами конкурентних переваг

[узагальнено автором на основі 4-8 та ін.]

Рік	Автор і назва концепції	Характеристика концепції
1994	Г. Мінцберг «П'ять П стратегій»	П'ять П стратегій взаємопов'язані, жодне з них не може вважатися єдино вірним. Ці дефініції самостійні, але кожна з них неможлива без решти.

1998	Дж. Б. Куїнн «Стратегія змін»	Ефективна формальна стратегія повинна містити в собі основні ланцюги, найбільш істотні елементи обмежувальної політики та послідовність основних дій. Ефективні стратегії розвиваються навколо декількох ключових концепцій і напрямів. Стратегія має справу не тільки з непередбачуваними, але і з невідомими чинниками. В складній організації повинна бути ієрархія взаємопов'язаних і підтримуючих стратегій
2000	Р. Вуд «Стратегічне управління для організацій, що адаптуються – FutureStep»	Поліпшення можливостей для збору і аналізу інформації; формування більш ясного та стабільного стратегічного спрямування, що приводить до зменшення ризиків; поліпшення адаптивності, підвищення швидкості і гнучкості реагування на зовнішні зміни; оптимізація дизайну організації.
2004	Кім Чан «Стратегія блакитного океану»	Суб'єкт господарювання має створювати свій унікальний товар чи послугу, заповнювати ті ніші, які є пустими, і бути унікальним, неповторним підприємством, що забезпечить йому безперечне виживання та позиціонування в умовах жорсткого конкурентного тиску
2006	С. Д. Ентоні, М.Ейрінг та Л. Гібсон «План інноваційної гри»	Запорука успіху – підривні інновації. Щоб регулярно створювати успішні інноваційні продукти, необхідно зрозуміти, які потреби клієнтів поки не задовольняються, і вивчити пропозиції, які виявилися вдалими в минулому

Група концепцій, що ключовими виділяє джерела формування конкурентних переваг, які стосуються зовнішнього оточення компанії, головним для підприємств виділяє вміння швидко адаптуватися до змін зовнішнього середовища, наявність гнучкої організаційної структури та створення нових ринків для споживачів. Взаємозв'язок цих концепцій можна зобразити графічно, як це представлено на рис. 1.

Концепції Дж. Б. Куїнна «Стратегія змін» та Г. Мінцберга «П'ять П стратегій» розглядають організацію, як складну систему, котра повинна містити в собі ієрархію взаємопов'язаних і підтримуючих стратегій. Компанії можуть бути успішними тільки тоді, коли мають всеохоплюючу стратегію та комплекс альтернатив на випадок змін у зовнішньому середовищі. Р. Вуд у концепції «FutureStep» використовує підходи попередніх авторів, проте доповнює їх поліпшенням адаптивності, підвищенням швидкості і гнучкості реагування на зовнішні зміни та оптимізацією дизайну організації. Кім Чан у «Стратегії блакитного океану» використовує стратегію, як один з ключових елементів успіху компаній, проте обмежується тільки основними положеннями, а саму теорію базується на тому, що організація має створювати свій унікальний товар чи послугу, заповнювати незайняті ніші та бути унікальною. Роботою, яка ввібрала в себе основні припущення та принципи

управління з попередніх концепцій, є праця групи авторів С.Д. Ентоні, М. Ейрінг та Л. Гібсон «План інноваційної гри», в якій висловлюється гіпотеза про підривні інновації – щоб регулярно створювати успішні інноваційні продукти, необхідно зрозуміти, які потреби клієнтів поки не задовольняються

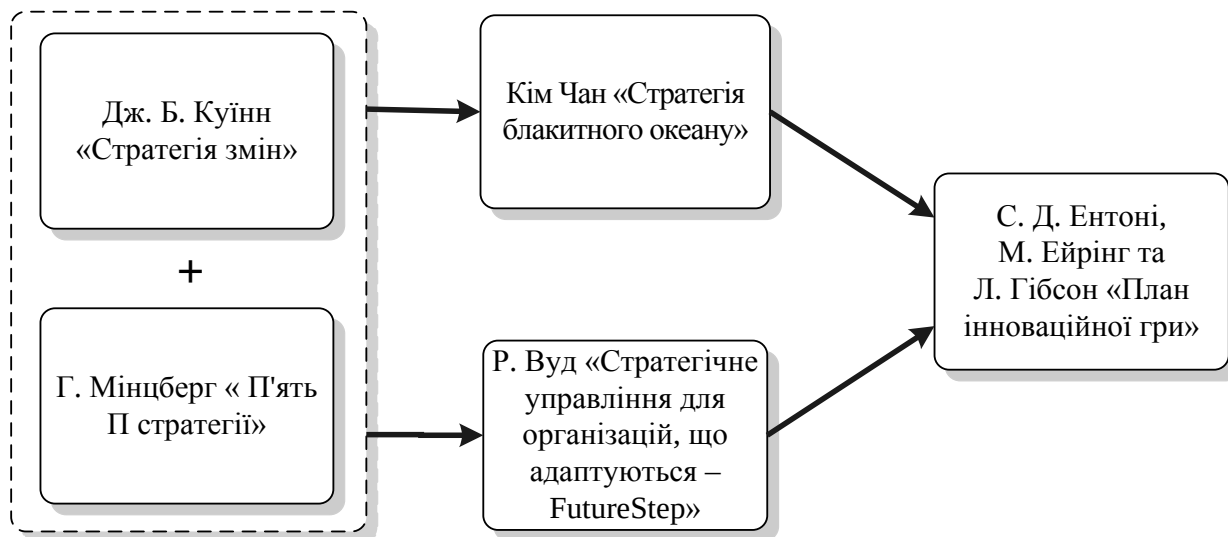


Рисунок 1 – Взаємозв'язок концепцій СУРП, що вважають ключовими зовнішні джерела формування конкурентних переваг

Джерело: опрацювання автора на основі [4 – 8]

Проведений нами аналіз історичного виникнення цих концепцій дозволив встановити, що у 90-х роках ХХ-го ст. сфера наукових інтересів науковців, які досліджували питання стратегічного управління та інноваційного розвитку, була направлена в сторону управління знаннями, концепції організації, що навчається, мислення та навчання у компанії. Так, у 1994 році Г. Мінцберг публікує роботу «П'ять П стратегій», яка наголошує на ролі знань в управлінні компанією. Наступною історично виникла концепція Дж. Б. Куїнна, в якій ключовим фактором успіху для компаній він вважав розробку ефективної стратегії, а саме *стратегії змін*.

Нове тисячоліття охарактеризувалося виникненням великої кількості нових теорій та концепцій стратегічного управління та беззаперечного визнання головної ролі інновацій при завоюванні лідерських позицій на ринках. Так, у 2000 році Р. Вуд представила концепцію, що виділяє внутрішні конкурентні переваги. Ця концепція отримала назву «Стратегічне управління для організацій, що адаптуються – FutureStep». FutureStep – це новий процес стратегічного управління, який допомагає компаніям, особливо крупним багатонаціональним корпораціям, що адаптуються, зробити такі характеристики компанії, як гнучкість і швидке реагування, невід'ємною частиною кожного аспекту своєї діяльності.

Абсолютно виняткову теорію, яка чітко і в простих формах пояснила ситуацію, що запанувала на ринку в умовах економіки знань, у 2004 році

запропонували Чан Кім та Р. Моборн у своїй праці «*Стратегія блакитного океану*». Науковці визначають інновації як єдиний інструмент досягнення стійкої конкурентної переваги та створення нових ринків. З моменту виходу цієї праці більшість науковців зосередили увагу своїх наукових інтересів на інноваціях. У 2006 році С. Д. Ентоні, М. Ейрінг та Л. Гібсон розробили концепцію, що отримала назву «План інноваційної гри». Згідно з цією концепцією, регулярне створення успішних інноваційних продуктів можливе лише за умови знання потреб клієнтів, які поки ще не задовольняються, і вивчення пропозицій, які виявилися вдалими в минулому.

Висновки. Наукова новизна отриманих результатів полягає у визначенні хронології виникнення та встановленні ідентифікаційних атрибутів сучасних концепцій стратегічного управління інноваційним розвитком підприємств, що базуються на знаходженні і використанні конкурентних переваг зовнішнього оточення компанії.

Отримані результати можуть бути теоретичним підґрунтям для подальших досліджень з класифікації та встановлення зв'язків між концепціями стратегічного управління інноваційним розвитком компаній та концепціями, що виділяють як ключові внутрішні джерела формування конкурентних переваг.

Література:

1. Махлуп Ф. Производство и распространение знаний в США / [Пер. с англ.] - М., 1966.
2. Минцберг Г. Школы стратегий. Стратегическое сафари: экскурсия по дебрям стратегий менеджмента / Минцберг Г., Альстрэнд Б., Лэмпел Дж. – СПб.: Питер, 2001. – 336 с.
3. Шершньова З. Є. Стратегічне управління / Підручник. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: КНЕУ, 2004. – 699 с.
4. Peter M. Senge. The Fifth Discipline: The Art & Practice of the Learning Organization / Peter M. Senge. – Doubleday Business; 1st edition, 1994. – 424 с.
5. Henry Mintzberg. The Strategy Process: Concepts, Context, Cases / Henry Mintzberg, Joseph B. Lampel, James Brian Quinn, Sumatra Ghoshal – Prentice Hall; 4 edition, 2002, – p.489.
6. Wood Robin. Managing complexity / Robin Wood. – Economist in association with Profile Books, London : 2000. – 310 с.
7. W. Chan Kim. Blue Ocean Strategy: How to Create Uncontested Market Space and Make Competition Irrelevant / W. Chan Kim, Renee Mauborgne – Harvard Business Review, 2005. – p. 256.
8. Scott D. Anthony, Matt Eyring, and Lib Gibson. Mapping Your Innovation Strategy [Електронний ресурс] : Harvard Business Review. May 2006, – Режим доступу до журн. : <http://hbr.org/2006/05/mapping-your-innovation-strategy/ar/1>
9. Чухрай Н.І. Кооперенція як стратегія функціонування підприємств на ринку інновацій / Н.І. Чухрай, Восточно-Европейский журнал передовых технологий 1/5 (49) 2011, с. 20-22
10. Котельников В. Ю. Тен3: Стратегічне управління. Принципово нові підходи для епохи стрімких змін / В. Ю. Котельников. – М.: Ексмо, 2007. – 96 с.