

Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА: ПОНЯТТЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ

Анотація. Узагальнено теоретичні положення щодо розробки та реалізації інноваційної стратегії підприємств, наведено можливі інноваційні стратегії та обґрунтовано ризики, що виникають у процесі їх реалізації.

Аннотация. Обобщены теоретические положения по разработке и реализации инновационной стратегии предприятий, представлены возможные инновационные стратегии и обоснованы риски, возникающие в процессе их реализации.

Annotation. This article summarizes theoretical principles to design and implementing innovative strategies companies, innovative strategies and reasonable risks that arise during implementation of programs that are aimed at qualitative change in organization's performance have been presented.

Ключові слова: інноваційна стратегія, підприємство, інноваційна політика.

Інновації – це нові або вдосконалені технології, продукти або послуги. Для успішного впровадження інновацій підприємство має прийняти певні дії – встановити стратегію фірми.

Стратегія інновацій становить набір послідовних форм поведінки, дозволяє організації позиціонувати себе в навколишньому середовищі.

Серед авторів, які досліджували проблему реалізації інноваційних стратегій, слід виділити таких, як І. Ансофф, Гольдштейн Г. Я., Писаренко Н. Л., Длигач А. А. та ін.

Мета цього дослідження – узагальнення теоретичних положень з формування та реалізації інноваційної стратегії підприємств.

Рішення про необхідність інноваційних стратегій розвитку підприємства – дуже сміливе рішення, яке вимагає багато творчих, аналітичних та фінансових зусиль. Компанія може змінити свою позицію на ринку, якщо буде відображено новий продукт, послугу або технологію, невідомі дотепер ні ринку, ні споживачу. І сам ринок неминуче перетерпить зміну споживчих переваг, схем дій та інших факторів [1].

Підприємства – базова ланка економіки. Інновація процесу охоплює всі сторони бізнесу. Пошук для ефективного управління інноваціями відбувається на основі поєднання наукових інновацій і ринку чинників. Упровадження цих пошуків у виробництво і є інноваційною діяльністю.

Інноваційна діяльність – діяльність, що спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоспроможних товарів і послуг.

Розробка стратегії інновації починається з визначення інновацій, цілей, форми, функції та кінцевого результату. Далі потрібно визначити інструмент інновацій, з допомогою якого буде здійснюватися стратегія. Часткове виділення та моделювання стратегії базується на даних, які були отримані. Також дуже важливо оцінити рівень ризиків при виборі і впровадженні стратегії [2, с.152].

Розвинутий попит та споживча культура населення постійно потребують нових способів покращити рівень споживання, віддається перевага якісній продукції. Відбувається сегментація ринку, що викликає утворення індивідуалізації.

Існує значна кількість ефективних виробників, які, опанувавши та охороняючи свої позиції на ринку, збільшують ціни на конкурентні товари. Велика кількість високоякісних виробників сприяє процесу глобалізації [3, с. 87].

Основні можливості для збільшення продажів полягають у передбаченні ринкових змін на основі маркетингових досліджень, щоб знайти нові ніші ринку.

Розрізняють новаторську, імітаційну та венчурну стратегії. Новаторська стратегія спрямована на забезпечення конкурентоспроможності продукції шляхом самостійного розвитку та інновації, що охоплює всі етапи інноваційного процесу та інновацій фаз життєвого циклу стратегії. Ця стратегія включає в себе різні ризики, найбільш важливими з яких є [4, с. 178]:

- 1) інноваційний ризик, визначений помилкою в ідеї інновацій, недосягненням певного результату, моральним старінням інновацій;
- 2) технологічний ризик, пов'язаний з тим, що навіть при успішному випробуванні інновації можуть бути неефективними у виробництві завдяки збільшенню витрат;
- 3) комерційний ризик, пов'язаний з невизначеністю результатів великих затрат на маркетинг продукту з інновації;
- 4) фінансовий ризик – це можливість помилки в оцінці витрат (інвестицій) і майбутніх доходів; накопичує всі перераховані ризики та інші ризики.

Імітаційна стратегія має на меті використання відомих продуктивих, технологічних та інших нововведень з незначними їх вдосконаленнями. Вона включає в себе розвиток, що охоплює всі етапи інноваційного процесу і фази життєвого циклу інновацій, за винятком фаз НДДКР, конструкторської та технологічної.

Венчурна стратегія передбачає використання підприємствами інноваційних венчурних підприємств. Венчурні підприємства займаються розробкою інновацій у галузях, що швидко розвиваються та включають етапи розвитку (НДДКР, проектування технологічної фази та проекту документації). Ці підприємства можуть також супроводжуватися розвиненням інновацій у підприємство споживача. У першому випадку підприємство несе ризик інновацій, а в другому – частково технологічний ризик. Таким чином, підприємства, які використовують венчурну стратегію, є менш ризикованими, ніж інші стратегії.

Стратегія інноваційного підприємства реалізується через інноваційну політику. Інноваційна політика підприємства становить визначення цілей інноваційної стратегії та забезпечення механізму для підтримки пріоритетних програм і проектів.

При проектуванні інноваційної політики можуть бути використані два підходи [4, с. 179]:

1. Мета інновації – це отримання великих прибутків у певний момент часу за рахунок "піонерства" в будь-якій галузі. Упровадження інновацій та їх подальше розповсюдження пов'язане зі значним зниженням витрат і можливістю зростання попиту на продукцію.

2. Метою введення є завоювання невеликого сегмента ринку – з мінімального прибутку до подальшого збільшення частки на ринку і прибутку.

Таким чином, перехід підприємства до інноваційної стратегії є раціональним при певному рівні розвитку ринкових відносин та при зміні характеру економічної системи країни.

Наук. керієн. Ріпка Д. О.

Література: 1. Инновационная стратегия предприятия: условия формирования [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://kain7.narod.ru/docs/1/work_3doc.html#qwe. 2. Инновационный менеджмент : учебник для вузов / Ильенкова С. Д., Гохберг Л. М., Ягудин С. Ю. и др. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 343 с. 3. Разработка инновационной стратегии [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.step-by-step.ru/services/consulting/strategic-consulting/1325/>. 4. Коробейников О. П. Роль инноваций в процессе формирования стратегии предприятия [Электронный ресурс] / Коробейников О. П., Трифилова А. А., Коршунов И. А. – Режим доступа : http://www.innovbusiness.ru/content/document_r_572F4D2B-65E9-419E-8161-2745A0C0E5B9.html.