

СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних умовах господарювання роль інноваційних стратегій постійно зростає, оскільки саме нововведення визначають всі інші напрями розвитку підприємства. Це зумовлює необхідність підвищувати увагу керівництва підприємства до питань освоєння специфічних інструментів управління нововведеннями, стимулювання новаторських зусиль, підтримку комунікацій, створення партнерства у сфері нововведень.

Інноваційний розвиток підприємства є складним процесом, що потребує планування і управління ресурсами для формування інноваційної стратегії у відповідності до конкретних можливостей організації.

При цьому задача вибору ефективного напрямку стратегічного інноваційного розвитку підприємства полягає у визначенні такого оптимального варіанту з ряду альтернатив, що в процесі впровадження інновацій відображав би майбутню поведінку підприємства по відношенню до зовнішнього середовища, а саме до інших суб'єктів господарської діяльності з урахуванням індивідуальних внутрішніх можливостей.

Інноваційна стратегія являє собою систему довгострокових цілей інноваційної діяльності підприємства, обумовлених загальними задачами його розвитку й інноваційною ідеологією, а також вибір найбільш ефективних шляхів їхнього досягнення [1, 2].

Стратегічний погляд на інноваційну діяльність підприємства дозволяє вчасно реагувати на зміни, підвищувати конкурентоспроможність своєї продукції та покращувати свої позиції на ринку

Проблемі управління стратегічним та інноваційним розвитком підприємства присвятили свої праці як іноземні так і вітчизняні науковці: Х. Барнет, П. Друкер, К. Найт, М. Портер, Б. Санто, Й. Шумпетер, А. Харман, Т. Гринько, А. Захарченкова, О. Кузьмін, Н. Краснокутська, В. Чубай та інші.

При розробці стратегії інноваційного розвитку підприємства слід враховувати, що інноваційна діяльність є досить специфічним видом господарської діяльності, яку характеризують принципи, що відрізняють її від традиційної виробничої діяльності, а саме:

- досить невеликий відсоток успішних інновацій;
- доцільність окремого бюджету та страхового резерву;

– використання критеріїв оцінки інноваційної діяльності, відмінних від традиційних, враховуючі специфічні риси інноваційної діяльності;

– відсутність зворотного зв'язку протягом тривалого часу між результатами і витратами ресурсів.

Досліджуючи процес формування структури механізму стратегічного інноваційного розвитку підприємства в узгодженні з етапами інноваційної стратегії, слід відзначити його спрямованість на реалізацію таких основних завдань: обґрунтування бази для інноваційного росту підприємства; забезпечення неперервності впровадження інноваційних змін та їх підтримка всередині підприємства (організаційна, технічна, фінансова тощо); контроль та аналіз доцільності впроваджених інновацій у зв'язку зі зміною рівня конкурентоспроможності підприємства.

Серед основних етапів розробки стратегії інноваційного розвитку підприємства [3, с. 31] можна виділити:

1) визначення вектору структурних перетворень бажаного структурного типу з ряду альтернатив та відповідних йому цілей;

2) моделювання стратегії розвитку та структурних перетворень. Цьому етапу буде відповідати вибір моделі стратегічного інноваційного розвитку з подальшою ідентифікацією змінних, взаємних зв'язків між ними, визначення функцій та структури системи;

3) конкретизація шляхів реалізації інноваційної стратегії підприємства з урахуванням специфіки і конкурентних переваг – визначаються методи організації робіт від формулювання ідеї до досягнення комерційного результату;

4) формування системи важелів, методів, інструментів регулювання та контролю, які забезпечать в подальшому неперервну реалізацію програми інноваційних перетворень в залежності від обраної моделі стратегічного інноваційного розвитку підприємства.

Основа розроблення інноваційної стратегії ґрунтується на теорії життєвого циклу виробництва, ринковій позиції підприємства та його науково-технічній політиці. Відрізняють такі основні типи стратегій інноваційного розвитку підприємства [4]:

– стратегія наступу характерна для підприємств, діяльність яких базується на принципах підприємницької конкуренції. Вона пов'язана з їх прагненням досягти технічного й ринкового лідерства шляхом створення та впровадження нових продуктів.

Особливістю наступальної інноваційної стратегії є активна участь співробітників підприємства у створенні та впровадженні інновацій;

– стратегія захисту спрямована на те, щоб утримати конкурентні позиції підприємств на вже наявних ринках. Головна ідея такої стратегії – оптимізація співвідношення “витрати – ефект” у виробничому процесі;

– стратегія імітації використовується підприємствами, які не є піонерами у випуску на ринок тих або інших нововведень, але долучилися до їх створення, придбавши у фірми-піонера ліцензію;

– залежна стратегія характер технологічних змін у даному випадку залежить від політики підприємств, які виступають як “батьківські” стосовно “залежних” підприємств, які не роблять спроб змінити свою продукцію, оскільки вони тісно пов’язані із вимогами головної організації. Малі організації такого типу поширені в капіталомістких галузях, їх ринковий успіх безпосередньо залежить від успіху у споживачів основного продукту головної фірми. Такі підприємства не здійснюють інноваційний пошук самостійно, але забезпечують високі критерії якості роботи і гнучкість пристосування до вимог нових технологій та ринків збуту;

– традиційна стратегія – цей тип стратегії не передбачає значних технологічних змін, тому він лише умовно належить до інновацій. Часто виробництва стають традиційними внаслідок закріплення за ними певних інноваційних форм на тривалий період їх життєвого циклу;

– стратегія “за нагодою” або стратегія «ніші» є реакцією керівництва на зовнішні сигнали ринку чи інституційного середовища. Інноваційна діяльність тут полягає в пошукові інформації щодо можливостей, які з’являються у підприємства за нових обставин, знаходженні особливих ніш на наявних ринках товарів і послуг, що мають споживача з нетиповим, але значущим різновидом потреб.

На сьогодні вдосконалення управління нововведеннями для більшості компаній є важливим засобом підтримки їх активності в освоєних областях і експансії на нових напрямках. Величезне значення для підвищення ефективності інновацій має комплексне використання нових принципів менеджменту, основними з них є:

– створення атмосфери, стимулюючої пошук і освоєння новацій;

– націленість всієї інноваційної діяльності на потреби споживача;

– визначення пріоритетних задач інноваційної роботи виходячи з цілей і задач фірми;

– скорочення числа рівнів в управлінні з метою прискорення процесу “дослідження – виробництво – збут”;

– максимальне скорочення термінів розробки і впровадження нововведень, організація робіт не за “естафетним” принципом, а на основі одночасного паралельного рішення інноваційних задач.

Як свідчить теорія і практика, інноваційні стратегії через свої особливості є, з одного боку, ефективним управлінським інструментом, а з іншого – створюють низку складних умов в управлінні організацією, зокрема:

– підвищений рівень невизначеності кінцевих результатів за строками, витратами, якістю й ефективністю, що потребує розвитку такої специфічної функції, як управління інноваційними ризиками;

– підвищення інвестиційних ризиків проектів і особливо довгострокових, що потребує пошуку більш ризикових інвесторів;

– збільшення потоку змін в організації, реалізація будь-якої інноваційної стратегії пов’язана з неминучістю перебудови (реструктуризації) організації, оскільки зміна в системі будь-якого елементу веде до змін стану всіх інших.

Перехід до ринкової системи господарювання загострив необхідність активізації інноваційних процесів в економіці України. Прогресивне функціонування вітчизняних підприємств неможливе без посилення інноваційної активності і нового підходу до інновацій, що поєднують знання і техніку з ринком. Інновації визначають основні показники виробничо-господарської діяльності підприємства, напрямок змін на довгостроковий період, забезпечують конкурентоспроможність підприємства в майбутньому.

Стратегія інноваційного розвитку підприємств, що діє в ринковій економіці, має свої особливості і тому її вибір залежить від великої кількості факторів (ринкові позиції підприємств, динаміка науково-виробничого потенціалу, нової продукції тощо). Це

вимагає стратегічної спрямованості інноваційної діяльності підприємств і визначення змісту інновацій, адекватних інтересам споживачів. Серед об’єктивних обмежень стратегії інноваційного розвитку варто відзначити такі: рівень існуючих фінансових ресурсів, розмір прийнятної ризику, відносини в межах виробничих зв’язків підприємств, протидія конкурентів, потенційні здібності персоналу підприємства.

Список літератури

1. А. С. Гальчинський, В. М. Геєць, та А. К. Кінах, *Інновації як стратегія українських реформ*. Київ, Україна: Знання України, 2002.

2. Г. О. Андрощук, І. Б. Жилиєв, Б. Г. Чижевський, та М. М. Шевченко, *Матеріали Парламентських слухань у ВРУ щодо Стратегії інноваційного розвитку України на 2010-2020 роки в умовах глобалізаційних викликів*. Київ, Україна: Парламентське вид-во, 2009.

3. К. Ю. Вергал, “Механізм стратегічного інноваційного розвитку підприємства”, на *XII Всеукр. наук.-метод. конф. Проблеми економічної кібернетики*, Львів, 2007, с. 31-32.

4. В. В. Стадник та М. А. Йохна, *Інноваційний менеджмент*. Київ, Україна: Академвидав, 2006.