

Магістр 1 року навчання
факультету економіки і права ХНЕУ

МЕТОДИЧНІ ЗАВДАННЯ ВИБОРУ ТА ОБҐРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто актуальність стратегії інноваційного розвитку для підприємств України. Розроблено на основі аналізу існуючих методичних підходів формування стратегії теоретичний підхід, що здатний об'єднати існуючі потреби ринку та можливості підприємств щодо впровадження інноваційної стратегії.

Аннотация. Рассмотрена актуальность стратегии инновационного развития для предприятий Украины. Разработан на основании анализа существующих методических подходов формирования стратегии теоретический подход, который способен объединить существующие потребности рынка и возможности предприятий относительно внедрения инновационных стратегий.

Annotation. The article deals with the topicality of innovation development strategy for enterprises of Ukraine. Based on the analysis of existing methodological approaches to the formation of the strategy, a theoretical approach was developed which can combine existing market demands and opportunities of companies as to the introduction innovative strategies.

Ключові слова: інновація, інноваційна стратегія, цілепокладання, стратегічний аналіз, вибір стратегії.

Будь-яке підприємство на ринку товарів та послуг може успішно конкурувати лише за умови використання нових продуктів або процесів виробництва та споживання. Лідером на ринку стає саме те підприємство, яке змогло запропонувати споживачеві найбільш доцільне задоволення його потреб, чи то нижча ціна, найліпша якість продукції чи їх сполучення. Саме тому, на теперішній час, пошук необхідних нововведень у виробництво, їх реалізація стають однією з найважливіших заповорок розвитку підприємства. Для успішної діяльності, необхідне своєчасне виявлення, освоєння і практичне використання найновіших досягнень науково-технічного прогресу. Реалізація таких запитів повинна ґрунтуватись на впровадженні інновацій в усі сфери виробничо-господарської діяльності. Але навіть у разі досягнення, переваги не завжди є довгостроковими.

Для ефективного інноваційного розвитку підприємствам необхідно застосовувати стратегічне управління, оскільки стратегія це інструмент виявлення загального напрямку розвитку підприємства та підтримки його домінування, яке базується на здатності створювати якіснішу продукцію у певній галузі, ніж існуючі конкуренти.

Метою даної статі є розглядання існуючих методичних підходів щодо вибору стратегії інноваційного розвитку підприємства, та вибір найбільш оптимального підходу який здатний охопити всі особливості інноваційної стратегії.

Багатогранність наукових методів формування стратегії [1 – 5] можна об'єднати у структурно-логічну модель, яка побудована відповідно до стадій прийняття стратегічного рішення, а саме: стратегічний аналіз, стратегічний вибір, реалізація та оцінка стратегії. Дана модель має наочний вигляд і зображена на рисунку.

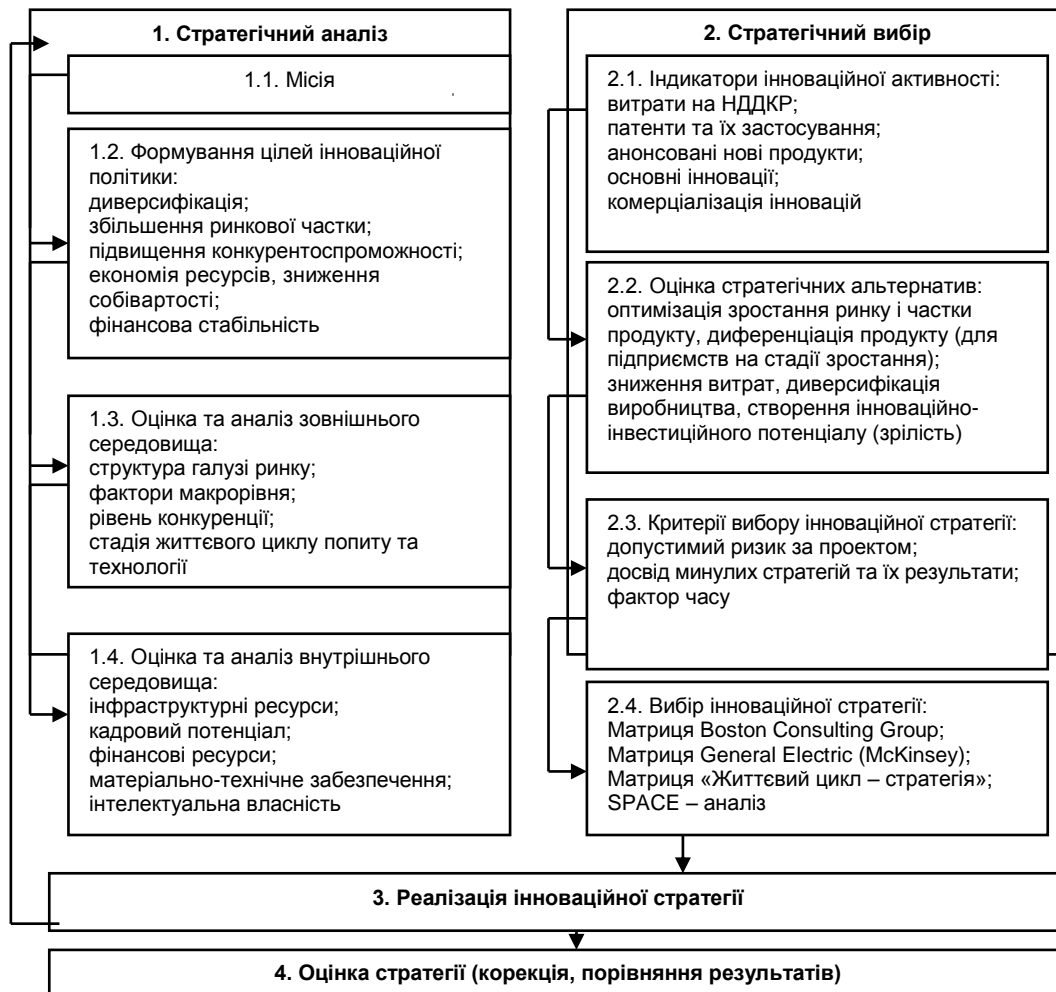


Рис. Модель формування інноваційної стратегії підприємства

Інноваційна стратегія має ряд специфічних особливостей які потребують конкретизації кожного етапу процесу розробки стратегії.

Для врахування зазначених особливостей, формування стратегії інноваційного розвитку доцільно представити у вигляді послідовності трьох фаз: цілепокладання, стратегічний аналіз, вибір стратегії.

Після формування стратегії здійснюється її реалізація та оцінка, які безпосередньо не мають відношення до складової частини формування стратегії, але нерозривно з ним пов'язані.

На першій фазі відбувається цілепокладання, яке складається з визначення місії та системи цілей підприємства.

Дослідження цілей, які формуються у сфері взаємовідносин між виробничою базою галузі та суб'єктами її розвитку: розробниками і виробниками технологій та основного устаткування, системою професійного навчання, виконавцями фундаментальних і прикладних досліджень, проектувальниками – здійснюється за допомогою детального розгляду зазначених установ, їх якісного складу й потенціалу тощо [2].

Крім зазначених складових треба звернути увагу на цілі держави та міжнародних організацій у сфері інноваційного розвитку та цілі, що формуються у сфері взаємовідносин між виробничою базою галузі та суб'єктами її розвитку: розробниками й виробниками основного устаткування і технологій, системою професійного навчання, виконавцями фундаментальних та прикладних досліджень, проектувальниками. Окрім того, пропонується розглядати цілі основних учасників ринку щодо інноваційного розвитку.

Визначення діапазону розвитку підприємств галузі доцільно провести на основі розрахунку комплексних показників якісного рівня інновацій, які мають найнижчий та найвищий якісний рівень у галузі, і визначити відповідно верхню і нижню межі. Потім пропонується розрахувати такі показники для кожного виробника, що дозволить розташувати їх відносно конкурентів та визначити напрям розвитку галузі. За результатами розрахунків комплексних показників, що плануються до впровадження основними виробниками галузі, може бути проведено їх розподіл на стратегічні групи [4].

Аналіз потенціалу інноваційного підприємства має доволі важливе значення, оскільки визначає можливість впровадити ту інновацію, яка запланована до впровадження. На основі дослідження потенціалу пропонується сформувати стратегічні групи підприємств галузі, після чого зробити їх порівняльний аналіз [6].

За результатами порівняльного аналізу може бути ідентифіковано відповідність або невідповідність стратегічних цілей основних виробників галузі щодо інноваційного розвитку, можливостям їх досягнення.

На третій фазі формування стратегії інноваційного розвитку проводиться вибір стратегій усіх рівнів: спочатку визначається загальна стратегія підприємства, потім конкурентна та функціональні для кожного окремого бізнесу, а також програми реалізації обраних стратегій з подальшим контролем результатів та відхилень. При визначенні

відхилень у поточних або кінцевих результатах інформація про них надсилається до фази цілепокладання та аналізу, що в подальшому може призвести до вибору нових стратегій та зміни стратегічних програм підприємства.

Крім зазначеного підходу до вибору підприємством стратегії інноваційного розвитку, існує також підхід, який становить проведення досліджень та впровадження інновацій без визначення існуючих потреб ринку.

Його сутність складають безперервні інноваційні дослідження без отримання результатів запитів ринку з подальшим просуванням на ринок отриманого результату [7]. Він є більш доречним для підприємств зі значним інноваційним потенціалом (найчастіше високотехнологічних галузей). Таким чином, проводяться чотири послідовні етапи: дослідницький (відбір найбільш перспективних ідей), конструктивний (оформлення ідей), концептуальний (проводиться регламентація виробничого процесу та формування концепції виведення нового продукту на ринок), дистрибутивний (розробка отримує своє логічне завершення, новий товар готов до масового виробництва та реалізації).

Таким чином можна зробити висновок, що в сучасній економічній літературі відсутній єдиний підхід до формування стратегії інноваційного розвитку підприємства. Найбільш змістовними є два підходи: підхід від ринку, що притаманний галузям, в яких результати інноваційної діяльності втілюються в продукт, та підхід, відповідно до якого інноваційна діяльність проводиться без урахування запитів ринку, її результати потім впроваджуються.

Наук. керівн. Часовнікова Ю. С.

Література: 1. Ландик В. И. Инновационная стратегия предприятия: проблемы и опыт их решения / В. И. Ландик. – К. : Наук. думка, 2007. – 364 с. 2. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф ; сокр. пер. с англ., науч. ред. и авт. предисл. Л. И. Евенко. – М. : Экономика, 1989. – 520 с. 3. Фатхутдинов Р. А. Стратегический менеджмент : учебник для ВУЗов / Р. А. Фатхутдинов. – 2-е изд., доп. – М. : ЗАО "Бизнес-школа "Интел-синтез", 2010. 4. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер ; пер. с англ. – 2-е стер. изд. – М. : Прогресс, 1998. 5. Наливайко А. П. Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрямки розвитку : монографія / А. П. Наливайко. – К. : КНЕУ, 2009. – 227 с. 6. Біловодська О. А. Системний аналіз і вдосконалення теоретико-методологічних підходів до вибору напрямку інноваційного розвитку підприємств / О. А. Біловарська // Проблеми науки. – 2010. – № 4. – С. 7–15. 7. Наука та іновачії [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.nas.gov.ua/scinn.