

ІННОВАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

УДК 005.591.6

Кондрашенко С.В.,
1 року ОС магістр
факультету економіки і права
ХНЕУ ім. Семена Кузнеця,

Знання та інформація грають важливу роль у розвитку сучасного суспільства. Саме тому ефективність діяльності сучасного виробничого підприємства у сфері міжнародних відносин, залежить від того наскільки активно підприємство впроваджує нові технології та користується інноваційними розробками. У конкурентній боротьбі між підприємствами за кращі ринки перемагає той, хто зміг пристосуватись до мінливого зовнішнього середовища та досяг успіхів у використанні інновацій в комерційних цілях. Якщо проаналізувати рівень інновацій на українських підприємствах, то можна зазначити, що вітчизняні підприємства значно відстають у інноваційному розвитку від зарубіжних підприємств, що не дає їм можливість зайняти гарну конкурентну позицію на міжнародному ринку. Саме тому важливим є питання формування інноваційної стратегії, як основного інструменту розвитку підприємства і його ефективного функціонування в умовах глобальної конкуренції.

Вивченням цього питання займалося багато вітчизняних та зарубіжних вчених, серед яких можна зазначити: Василенко В.О.[1], Гончаренко Т. П.[3], Гриньов А.В.[5], Стадник В. В.[6], Пономаренко В.С.[2], Федулова Л. Н.[4], Шершньова З. Є.[7].

Метою написання статті є визначення особливостей інноваційних стратегій вітчизняних підприємств.

Ефективне функціонування та розвиток підприємств України в умовах глобальної конкуренції потребують формування та успішного впровадження інноваційних стратегій. Під інноваційною стратегією розуміють сукупність інноваційних рішень, що дають можливість здійснити вагомий вплив на діяльність підприємства і мають довготермінові наслідки [1].

Частіше за всього потреба у впровадженні інноваційних рішень виникає при неочікуваних змінах у зовнішньому середовищі, до яких можна віднести:

- поява на ринку принципових нововведень;
- радикальні зміни у техніці та технології виробництва;
- насичення ринку, зниження попиту;
- досягнення продукцією стадії зрілості життєвого циклу товару;
- диверсифікованість виробництва;
- загроза появи нових конкурентів [2].

Пошук рішень щодо вибору конкретного варіанта стратегії має базуватися на розгляді таких основних факторів:

- форми власності та організаційно-правової форми господарювання підприємства;
- особливостей функціонування окремого підприємства, а саме його виробничо-збутового, кадрового, інвестиційного й інноваційного потенціалу;
- ринкової складової, до якої належить всебічний аналіз зовнішнього середовища підприємства і різних факторів з огляду на наявні й очікувані тенденції розвитку;
- ресурсної складової, головний фактор успіху якої засновано на ефективному використанні ресурсів підприємства і передбачає оцінювання й аналіз його сильних і слабких внутрішніх сторін [3].

Найбільш повну класифікацію інноваційної стратегії підприємства дає Х. Фріман. Відповідно до запропонованої класифікації можна охарактеризувати стан підприємства та ситуацію на ринку (табл. 1).

Однак, як свідчать теоретичні та практичні дослідження, інноваційні стратегії з одного боку, являються ефективним інструментом, але і мають певні негативні наслідки [4]. До позитивних можна віднести те, що:

- забезпечують переваги в конкуренції на основі лідерства;
- сприяють модернізації та автоматизації виробничих процесів;
- підвищують якість продукції, сприяють забезпеченню відповідності вітчизняним і світовим стандартам;
- ґрунтуються на розробці та впровадженні ресурсозберігаючих технологій;

Таблиця 1

Відповідність інноваційної стратегії підприємства його стану та ситуації на ринку (доповнено автором на основі літературного джерела 4)

Тип	Зміст інноваційної стратегії	Характеристика інноваційної стратегії	Характеристика стану підприємства та ситуації на ринку
Стратегія ніші	Пошук особливої ніші на наявних ринках товарів та послуг, що має споживача з нетиповими різноманітними потребами.	- використання інформаційних знань і можливостей, що виникають у зовнішньому середовищі; - відсутність власної науково технічної діяльності; - відсутність конкурентів.	Підприємства, що займаються виробництвом унікальної продукції.
Традиційна	Відсутність технологічних змін та оновлення продукції через дослідження ринкової ситуації, у тому числі конкурентів.	- не уникає інноваційної поведінки, оскільки вона пов'язана з удосконаленням форми та сервісу традиційної продукції. - висока рентабельність унікальної продукції; - підвищення якості цієї продукції; - удосконалення форми обслуговування.	Підприємства, виробляють тривіальну продукцію за незмінною технологією.
Залежна	Технологічні зміни та їх характер залежать від політики головної фірми в коопераційних технологічних зв'язках.	- «залежні» компанії виконують субпідрядні роботи і не змінюють самостійно свою продукцію, оскільки вимоги до якості продукції встановлює головна фірма.	Підприємство, є елементом інтеграційного ланцюга та є постачальником напівфабрикату.
Захисна	Збереження наявної частки ринку й обсягів виробництва, стабілізація діяльності підприємства шляхом придбання патентів	- відображає реакцію підприємства на дії конкурентів і потреби споживачів; - потребує високої мобільності; - потребує надання технічного обслуговування та сервісу; - впровадження інновацій після, того як їх випробують конкуренти; - середній ризик; - середній обсяг прибутків;	Підприємство, є лідером на ринку або крупним гравцем, та задоволене своїм станом.
Наступальна	Отримання конкурентних переваг і досягнення технічного та ринкового лідерства шляхом створення й впровадження нових продуктів	- підприємство-лідер у розробках і виробництві інноваційної продукції; - постійні та значні інвестиції в НДДКР; - здатність підприємства миттєво реагувати й пристосуватись до нових технологічних можливостей; - високий ризик; - використовують підприємства з високим фінансовим та науково-технічним потенціалом.	Підприємство, що хоче швидко захопити ринок, та має необхідні кошти для ведення інноваційної діяльності.

- вирішують питання з застосування більш екологоорієнтованих технологій, які сприяють забезпеченню належного рівня охорони навколишнього середовища.

До негативних наслідків можна віднести:

- вартість створення і впровадження інновацій;
- зростання інноваціо-інвестиційних ризиків;
- зростання рівня невизначеності результатів відповідно, до термінів, витрат, ефективності, що вимагає якісного управління інноваційною політикою підприємства;
- зростання кількості змін у організації, оскільки втілення інноваційної стратегії є пов'язаним із неминучістю реструктуризації підприємства.

Автором було зазначено, що зміни зовнішнього середовища постійно створюють як можливості, так і загрози для стабільного функціонування вітчизняних підприємств. Для того, щоб підприємство могло утримувати сильну конкурентну позицію на ринку в умовах глобальної конкуренції необхідно досягти конкурентних переваг, наявність і характер яких залежатимуть від вибору типу інноваційної стратегії та її реалізації. Перспективи подальших досліджень – вивчення інших інструментів розвитку підприємств.

Література

1. Василенко В. О. Інноваційний менеджмент : навч. посіб. / В. О. Василенко, В. Г. Шматько. – Київ : Центр навчальної літератури, 2005. – 440 с.
2. Пономаренко В. С. Стратегічне управління розвитком підприємства : навч. пос. / В. С. Пономаренко, О. І. Пушкар, О. М. Тридід. – Харків : Вид-во ХДЕУ, 2002. – 640 с.
3. Гончаренко Т. П. Управління науково-технічним потенціалом промислового підприємства в умовах глобальної конкуренції : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.02.02. / Гончаренко Тетяна Петрівна. – Суми, 2006. – 19 с.

4. Федулова Л. Н. Перспективи інноваційно–технологічного розвитку промисловості України / Л. Н. Федулова // Економіка України. – 2008. – № 7. – С. 24 – 36.
5. Гриньов А. В. Інноваційний розвиток промислових підприємств : концепція, методологія, стратегічне управління / А. В. Гриньов. – Харків : ІНЖЕК, 2003. – 308 с.
6. Стадник В. В. Інноваційний менеджмент [Електронний ресурс] / В. В. Стадник. Режим доступу: <http://subject.com.ua/economic/innovative/>
7. Шершньова З. Є. Стратегічне управління : підручник / З. Є. Шершньова. – Київ : КНЕУ, 2004. – 699 с.

Науковий керівник,
д.е.н., професор

Строкович Г.В.

Опубліковано в авторській редакції