

ІННОВАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА — ОСНОВА ЙОГО РОЗВИТКУ

Реалізація загальноекономічних стратегій передбачає здійснення інноваційної стратегії, конкретизації напрямків діяльності підприємства.

Існує тісний зв'язок між конкурентними позиціями і інноваційним потенціалом підприємства. Азов Г. Л. [1] запропонував виділяти в додаток до п'яти базових стратегій конкуренції М. Портера ще стратегію впровадження новин. Ця думка розвинена і підтверджена Бельтюковим Є. А. і Некрасовою Л. А. [2].

Розробка інновацій — одне з основних напрямків стратегічного планування — складається з:

- пошуку нового технологічного рішення;
 - створення винаходу;
 - проведення наукових досліджень і технологічних розробок;
 - технологічної підготовки серійного виробництва нової продукції;
 - закріплення продукції на нових ринках шляхом постійного удосконалення технології, підвищення конкурентоспроможності.
- Інтенсивність впливу конкурентів може бути зменшена шляхом інновацій.

Й. Шумпетер визначив їх як процес "творчого руйнування", як імпульс, який породжує і підтримує рух капіталістичної машини [3].

Інноваційні процеси, які мають місце в складній виробничо-господарській системі, — це сукупність прогресивних, безперервно виникаючих в часі і просторі, якісно нових змін.

Підприємство повинно не тільки пристосовуватися до змін, а й передбачати можливий розвиток і навіть генерувати ці зміни за допомогою інновацій [3], що дозволяє їм підвищувати рівень монополізму в даній сфері і за рахунок цього диктувати покупцям і конкурентам свою політику.

В сучасній економічній науці всі технічні зміни розглядаються в формі нової продукції і більш ефективної технології. Впровадження нових товарів виступає умовою надійного засобу забезпечення переваг над конкурентами, встановленню вигідних

цін і зміни долі ринку у свою користь. В свою чергу технологічні інновації впливають безпосередньо на економію собівартості продукції і зростання прибутку, тому підприємствам необхідно більше уваги приділяти стратегічним рішенням, визначенню самих цілей і інновацій.

Слід відрізнити поняття "новини" і "інновації". У відповідності з Фатхутдиновим Р. [4] "новини" — це оформлений результат фундаментальних досліджень, розробок або експериментальних робіт у будь-якій сфері діяльності, спрямований на її підвищення.

"Новини" можуть бути власними розробками або купленими з метою подальшого накопичення, продажу або впровадження у продукцію, яку випускає підприємство, тобто перетворені у форму інновацій.

"Інновація" — це кінцевий результат впровадження "новин" з метою зміни об'єкту управління і отримання економічного, соціального, екологічного, науково-технічного або іншого виду ефекту. Перетворення "новини" у "інновацію" показано на рис. 1.



Рис. 1. Перетворення новини у інновації і товари
Основою інновації є форма новини. Формами новин є: відкриття, винаходи, патенти, товарні знаки, раціоналізаторські пропозиції; документація на новий або удосконалений продукт, технологію, управлінський чи виробничий процес, ноу-хау, наукові підходи або принципи, документи (стандартів, рекомендацій, методик, інструкцій тощо); результати маркетингових досліджень, тощо.
В останні роки розвиток інноваційної діяльності підприємств в Україні надзвичайно ускладнено непристосованістю минулою системою управління інноваціями до нових умов господарюван-

ня. Про що свідчать дані Статистичного щорічника України за 2003 рік (табл. 1).

Таблиця 1
Кількість підприємств, що впроваджували інновації
(% загальної кількості підприємств)

Підприємства, що:	Роки					
	1998	1999	2000	2001	2002	2003
- проводили комплексну механізацію й автоматизацію виробництва	12,3	12,1	11,7	12,6	13,9	28,1
- впроваджували нові технологічні процеси	29,1	27,0	27,9	26,0	23,5	42,6
- освоювали виробництво нових видів продукції	90,8	91,3	92,0	92,5	90,4	81,9

У 1998-2001 роках кількість підприємств, що впроваджували інновації в напрямку комплексної механізації й автоматизації виробництва майже залишилася на одному рівні, 12,3-12,6 % до загальної кількості підприємств.

Значно знизилася кількість підприємств, які впроваджували нові технологічні процеси. У 2002 році їх кількість знизилася на 5,6 процентних пунктів у порівнянні з 1998 роком, що свідчить про неготовність споживачів до використання нової техніки (відсутність належного професійного персоналу, виробничих потужностей, дефіцит енергетичних, сировинних та фінансових ресурсів). Майже 90,0 відсотків підприємств освоювала виробництво нових видів продукції.

Загальний обсяг інноваційних витрат з промисловості за напрямком дослідження також знизився з 14,7 % до 8,7 %, що свідчить про непередбачливу політику українських підприємств в галузі інноваційної діяльності.

Визначення структури цілей продуктивних і технологічних інновацій відноситься до сфери стратегічних рішень.

Головним в інноваційній стратегії підприємства є формування основної цілі розробки інновації, визначення терміна її проведення, оцінка результатів скорочення терміна впровадження нової продукції. Морозов Ю. П. [5] формування інноваційної політики підприємства пропонує здійснювати за такою послідовністю (рис. 2).

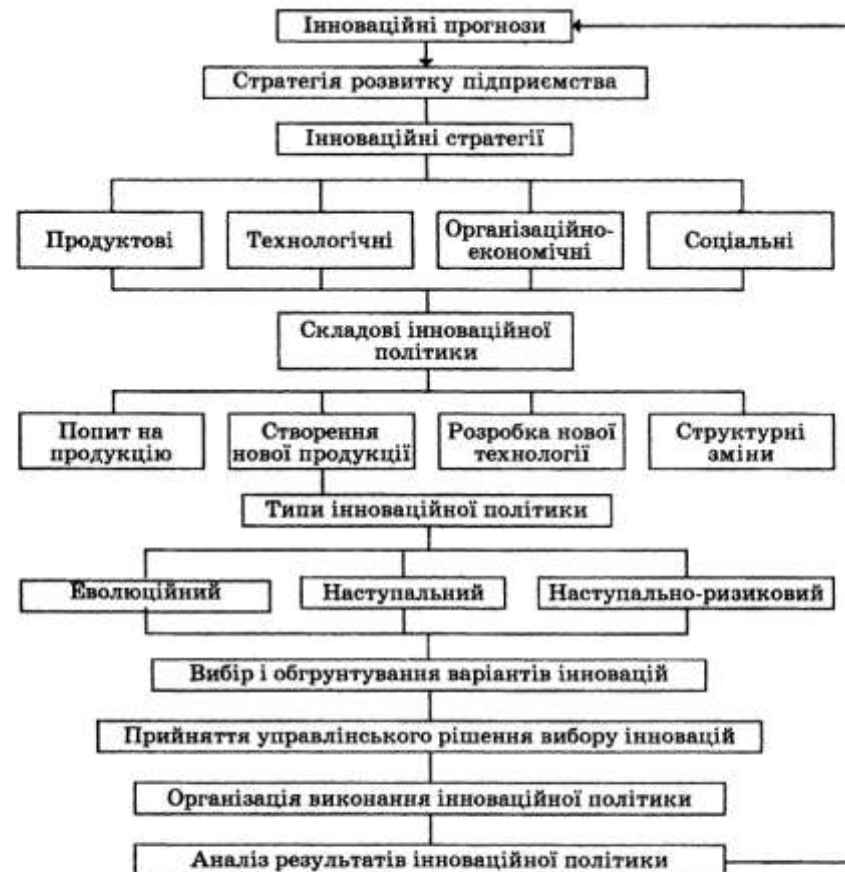


Рис. 2. Послідовність формування інноваційної політики підприємства

На стадії прийняття управлінського рішення по вибору інновацій формується портфель новин, інновацій (нововведень). Портфель інновацій, новин — це перелік розроблених підприємством новин для продажу, а також перелік новин, як покупних так і власних, які повинні бути запроваджені (введені) на підприємстві. За сучасних умов при формуванні портфелю новин і нововведень необхідно керуватися безумовною пріоритетністю критеріїв соціальної та екологічної безпеки. Для вибору найліпшого варіанту необхідно ранжувати цілі розробок, виробництва

та використання новин та інновацій. До вищого рангу відносять новини і інновацій, які відповідають соціальним цілям та вимогам екологічної безпеки; нижчого рангу — максимізації економічної ефективності. Новини і інновації слід відхилити незалежно від рівня економічної ефективності якщо вони не відповідають соціальним цілям і вимогам екологічної безпеки зафіксованими державним і міжнародним стандартами, а також нормативам соціального характеру.

З метою спрощення прийняття рішень, прискорення розробки і впровадження нової продукції і технології за рахунок спеціалізації в системі стратегічного управління інноваціями доцільно створювати відокремлені стратегічні господарські центри (СПЦ) інновацій, для яких встановлювати показники господарської діяльності спрямовані на зменшення собівартості виробництва, підвищення якості продукції, забезпечення виробництва нової продукції, стимулювання розширення обсягу продаж і сприяють завоюванню ринкових позицій. Одночасно слід здійснювати стимулювання керівників і персоналу СПЦ в залежності від комерційних результатів діяльності центра. В той же час комерційні ризики і невдачі, пов'язані з впровадженням інновацій не повинні спричиняти адміністративних санкцій або штрафів за умов відсутності помилкових управлінських рішень.

Впровадження інновацій викликає необхідність створення на підприємствах спеціалізованих централізованих фондів стимулювання інновацій, які утворюються за рахунок чистого прибутку підприємства і використовуються на прискорення впровадження інновацій в виробництво, на фінансування досліджень і розробок, які мають значення для діяльності підприємства в цілому. Централізовані фонди сприяють погоджуванню інновацій з загальною стратегією підприємства.

Таким чином створення ділової чіткої інноваційної стратегії сприяє розвитку підприємства, підвищенню його конкурентоспроможності.

Література

1. Азоев Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. — М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. — 208 с.
2. Бельтюков Е. А., Некрасова Л. А. Выбор стратегии развития предприятия. — Одесса, 2002.

3. Богйон Ги, Горняк О. В., Доленко Л. Х. Экономика предприятия. — Одесса, 1998. — Ч. II.
4. Фатхутдинов Р. А. Организация производства. Учебник для ВУЗов. — М.: Инфра-М, 2000.
5. Морозов Ю. П. Инновационный менеджмент. ЮНИТИ. — М., 2000.

Резюме

В статье рассмотрены вопросы связи между инновационной стратегией, которая выступает основой обеспечения преимущества над конкурентами и развитием предпринимательства.

Рецензент доктор эконом. наук, профессор В. И. Осипов