

УДК 330.341.1

Кочерженко К. – ст. гр. БМ-31

Тернопільський державний технічний університет імені Івана Пулюя

СВІТОВІ ДОСЯГНЕННЯ У ФОРМУВАННІ СУЧАСНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ФІРМИ

Науковий керівник: Малюта Л.Я.

Перед усіма підприємствами та організаціями в умовах ринкової економіки стоять схожі завдання: отримання максимального прибутку, стійкий розвиток, забезпечення переваги над конкурентами. Але якщо одні підприємства досягають значних успіхів у вирішенні цих завдань і стають лідерами ринку, то інші – змушені постійно боротися за виживання або навіть зникають. Виникає питання: за рахунок чого кращі підприємства досягли свого успіху, і що повинні робити інші підприємства, щоб стати на одному рівні з лідерами? Однозначної відповіді на це запитання немає, але можна з упевненістю сказати, що ефективне залучення та використання інновацій завжди забезпечує стрімке зростання компанії. Тому будь-яке підприємство повинно насамперед це усвідомити і приділити відповідну увагу своїй інноваційній діяльності. Зараз інновації в управлінській практиці стали необхідністю для бізнесу по всьому світу. У сучасних провідних компаніях використовуються такі інновації, що в першу чергу пов'язані з прибутковістю та операційною ефективністю. Фактично всі провідні сучасні менеджери пропонують стратегії отримання цінності від „стискання” операційного середовища за рахунок тиску ціни та маржі. Ця провідна тенденція менеджменту інновацій закладена в таких загальновідомих у світовій практиці стратегіях: 1. "Virtual Scale" («Віртуальний масштаб»)- тактика здобуття економії на масштабі через участь в альянсах без обтяжування балансу; 2. "Design to Value" («Проектування цінності») - демонструє, як створити додаткову цінність за нижчою вартістю через крос-функціональне співробітництво на критичних ранніх стадіях проектування, де в продукті або послужі фіксується 80% вартості та цінності; 3. "Getting the Most from Outsourcing" («Отримання як умова більше від програмування») - демонструє, як компанії можуть захистити себе від негативних наслідків аутсорсингу, якщо вони зважатимуть на внутрішні управлінські проблеми, налагодять відносини з постачальниками та переоцінять аутсорсингові послуги, враховуючи конкуренцію; 4. "The Four Sources of Intelligent Innovation" («Чотири джерела нововведень») - виходить з розуміння того, що зниження витрат та контроль можуть якомога далі заглибитися у відділи R&D (Дослідження&Розвитку), тим самим послаблюючи креативність R&D. Щоб виграти конкуренцію на впровадження інновацій, компанії мають використовувати 4 джерела інтелектуальної інноваційної діяльності: розуміння споживачів, глобальну мережу, вміння прогнозувати та інноваційну організацію.

Серед цих чотирьох провідних інноваційних стратегій сучасні менеджери віддають перевагу стратегії Virtual Scale, головним чином через те, що дана стратегія забезпечує економію на масштабі через участь в альянсах та без обтяжування балансу. Сьогодні, лише декілька компаній – такі гіганти, як Procter & Gamble та Toyota здатні використовувати свої розміри в операційних масштабах, зменшуючи собівартість одиниці продукції і збільшуючи ефективність виробництва. Малі за розмірами підприємства розуміють, що досягнення рівня масштабу, необхідного для того щоб вийти на рівень з галузевими гігантами, перетворюється на безкорисливу та зайву гонку. Запропонована вище стратегія дозволяє вирішити дану дилему.