

УДК 330.341

Оксана Гірська, Дмитро Гирич

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

МІСЦЕ І РОЛЬ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ У СТРАТЕГІЧНОМУ НАБОРІ ПІДПРИЄМСТВА

Oksana Hirs'ka, Dmitry Gyrych

PLACE AND ROLE OF INNOVATION STRATEGY THE STRATEGIC SETS ENTERPRISE

Як відомо, інноваційна стратегія – це один із засобів досягнення цілей підприємства чи організації, який відрізняється від усіх інших своєю новизною, передусім для даного суб'єкта господарювання, для галузі, ринку, споживачів, країни загалом.

Основою розробки інноваційної стратегії мають бути стратегічні управлінські рішення, які:

- орієнтовані на майбутнє і на постійні зміни середовища;
- пов'язані із залученням значних матеріальних ресурсів, широким використанням інтелектуального потенціалу;
- характеризуються гнучкістю, здатністю адаптуватися до змін ринкових умов;
- враховують неконтрольовані підприємством зовнішні чинники.

Прийняття інноваційної стратегії здійснюється на вищому рівні управління підприємства та службою НДДКР. Вище керівництво встановлює орієнтири для керівників служб НДДКР, які вони використовують для визначення локальних цілей і стратегій, приймають рішення відносно обсягу, інтенсивності роботи, типу використання одержаних результатів.

На середньому рівні управлінської ієрархії приймаються рішення щодо визначення конкретних цілей НДДКР, строків одержання результатів досліджень і розробок та їх реалізації з метою забезпечення швидкого виходу інновацій на ринок.

Обмежені виробничі та фінансові ресурси і матеріально-технічна база мають використовуватись так, щоб забезпечити максимальне зростання вартості капіталу. Зазвичай це пов'язано з вибором певної лінії поведінки з деякої кількості альтернатив. Для того, щоб в умовах невизначеності вибрати її оптимальний варіант, необхідно мати комплекс правил для прийняття інноваційних рішень, які максимізують або мінімізують очікувані результати, а також враховувати інфраструктурне забезпечення для реалізації інноваційної стратегії.

Стратегія інновацій є частиною загальної корпоративної стратегії і спрямована на вирішення цілого спектра її цілей. Такими цілями можуть бути як підвищення конкурентоспроможності підприємства, так і завоювання ним нових ринкових позицій шляхом удосконалювання наявних виробів або створення принципово нового продукту, скорочення витрат виробництва за рахунок економії вихідної сировини, енергії тощо, використання нових технологій.

Сьогодні загальновідомими є шість видів інноваційних стратегій: традиційна, опортуністська (стратегія «ніші»), імітаційна, захисна (оборонна), залежна, наступальна. Їх місце в процесі стратегічного управління між конкурентними і функціональними стратегіями представлено на рис. 1.

Такий підхід щодо вибору інноваційної стратегії для підприємства дозволяє обґрунтувати інноваційність його функціональних стратегій. Крім того, слід враховувати, що класичні інноваційні стратегії підприємство може обирати лише в

рамках реалізації базових стратегій зростання та стабілізації.

ТОВАРИ

1 рівень	Базові (корпоративні) стратегії						
	Зростання		Стабілізації			Вживання	
2 рівень	Конкурентні стратегії						
	Лідерства за витратами		Фокусування			Ринкової ніші	
3 рівень	Класичні інноваційні стратегії						
	Наступальна	Залежна	Захисна	Імітаційна	Опортуністська (інші)		Традиційна
4 рівень	Функціональні стратегії						
	Маркетингова	Науково-технічна	Нематеріальна	Виробнича	Кадрова	Економічна	Фінансова
	Інформаційно-комунікаційна						

Рисунок 1. Місце інноваційних стратегій в стратегічному наборі підприємства

Традиційна інноваційна стратегія застосовується за умови наявності унікального продукту та спрямована на підвищення якості продукції.

Опортуністська інноваційна стратегія спрямована на знаходження продукту на існуючих ринках для споживачів з нетиповими, але значущими потребами. При цьому її застосування можливе за наявності глибокого знання ринкової ситуації, високого рівня розвитку і великих адаптаційних можливостей підприємства.

Імітаційна інноваційна стратегія спрямована на закупівлю ліцензій на певні нововведення, застосовується за наявності власних ресурсів та високої кваліфікації фахівців для освоєння нової технології.

Залежна інноваційна стратегія використовується малими підприємствами-субпідрядниками за наявності замовлень від головної фірми.

Наступальна інноваційна стратегія спрямована на досягнення підприємством технічного та ринкового лідерства шляхом створення та впровадження нових продуктів. Використовується лише за наявності у підприємства потужної науково-дослідної та проектно-конструкторської бази; фахівців творчого складу й високої кваліфікації; сприйнятливості керівництва до нових ідей; глибокого знання ринку; належної організації маркетингу.

Результатами реалізації інноваційних стратегій на підприємствах мають стати їх високі науково-технічні досягнення, зростання ефективності виробництва, а, отже, і бізнесу, якісно кращі ресурсозбереження та екологізація діяльності.

Підсумовуючи вищевикладене слід зазначити, що інноваційна стратегія – це надстратегія, яка визначає зміст усіх інших стратегій підприємства. Згідно з цією парадигмою, стратегія інновацій у загальному вигляді – логічна система орієнтації підприємства на пропонування інновацій (а на більш глибокому рівні – на інвестиції в інновації) за різними факторами (як типовими, так і нехарактерними), які є предметами конкуренції в певній сфері бізнесу. Вона визначає напрями, сприятливі умови і можливості для інноваційного процесу та інноваційної діяльності на підприємстві з метою сприяння розвитку та отримання ефективного результату.