

Черноіванова Г.С.

ІННОВАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА

Центральною проблемою управління інноваціями стає вибір інноваційної стратегії підприємства. Тому якщо керівники підприємства формують його цілі, то цей процес відбувається нерозривно з розробкою стратегії їхнього досягнення.

Вибір інноваційної стратегії є запорукою успіху інноваційної діяльності. Підприємство може опинитися в кризі, якщо не зуміє передбачати обставини, що змінюються, і зреагувати на них вчасно.

В умовах ринкової економіки керівникові недостатньо мати якісний продукт, він повинен уважно стежити за появою нових технологій і планувати їхнє впровадження на своєму підприємстві, щоб не відстати від конкурентів.

Стратегію можна визначити як процес прийняття рішень. Стратегія означає взаємозалежний комплекс дій для зміцнення життєздатності й потужності конкретного підприємства стосовно його конкурентів. Це детальний всебічний план досягнення поставлених цілей [2].

Необхідно використати інноваційну стратегію як складову частину загальної стратегії розвитку виробничого процесу на підприємстві. У більшості промислово розвинених країн саме від інноваційної стратегії залежить розвиток загальної стратегії підприємства.

Розробка інноваційної стратегії передбачає визначення цілей, сфер і найбільш прийнятих шляхів ефективного впровадження нових виробів (виробничих систем), удосконалення вже існуючих виробів і обладнання, виходячи із сучасних і прогнозованих на перспективу вимог інтенсифікації розвитку ринкової економіки.

Головна мета такої стратегії – визначити конкурентів і одноосібно зайняти ринкову нішу, де конкуренція відсутня або дуже мала. В зрозумілих причин подібна революціонізація ринку є джерелом більших обсягів продажу й надприбутки, однак у більшості випадків закінчується банкрутством через неготовність ринку сприйняти нововведення, технічну або технологічну недоробленість нового виробу, відсутність досвіду тиражування. Тому від розробки ефективної інноваційної стратегії залежить результативність впровадження нововведень.

Формування досить ефективної інноваційної стратегії є складною творчою роботою, що вимагає розуміння її особливостей, методів, знань і специфічних підходів, оскільки стратегія є цілісною системою взаємозалежних напрямків і рішень, які представляють органічний комплекс погоджених дій.

Інноваційні стратегії, тобто стратегії розробки принципово нових продуктів і послуг, вимагають більших витрат і дуже ризиковані, у середньому тільки одна із семи інновацій має ринковий успіх. Інші шість перетворюються в невідшкодовувані для фірми витрати. Тому більше популярними є імітаційні стратегії, які широко застосовуються навіть у сучасних високотехнологічних галузях, наприклад, у комп'ютерній галузі [1].

Література:

1. Базелл Р.Д., Кокс Д.Т., Браун Р.В. Інформація і ризик в маркетингу . – М.:Фінстатінформ, 1993. – 240 с.
2. Інноваційний менеджмент: Учебник для вузів / Ильєнкова С.Д., Гохберг Л.М., Ягудин С.Ю. / Под ред. С. Д. Ильєнковой. – М.: Банки і біржи, ЮНІТИ, 1997. – 327с.