

МОДЕЛЬ ВАРІАНТІВ ІННОВАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВ

Юринець З. В.

Львівський національний університет ім. Івана Франка

Вибір стратегії є запорукою успіху інноваційної діяльності підприємства. Організація може виявитися у кризі, якщо не зуміє вчасно передбачити обставини, що постійно змінюються, і відреагувати на них. Усі стратегічні ходи організації насичені інноваційними елементами через те, що інновації проявляються в управлінській, маркетинговій, економічній, виробничій сферах.

Грунтовний внесок у розуміння і дослідження проблеми інноваційних стратегій внесли такі науковці, як: Д. Аакер, І. Ансофф, П. Друкер, М. Портер, Ю. Бажал С. Ілляшенко, Е. Кондратенко, О. Кузьмін, Н. Краснокутська, О. Устенко, Л. Федулова, Р. Фатхутдинов, Д. Черваньов, Н. Чухрай, Н. Завлин, К. Янковський та інші.

Постановка завдання полягає у поглибленні теоретичного обґрунтування суті інноваційних стратегій, розробленні системи варіантів інноваційних стратегій підприємства.

Інноваційна стратегія означає закономірності, сукупність процедур щодо поведінки підприємства в періоді змін на площині взаємовідносин з навколишнім середовищем [1]. За способом впровадження інновацій, ступенем оригінальності можна говорити про два головні варіанти стратегії: інноваційного лідерства та реакції на дії інноваційного лідера. У результаті втілення стратегії інноваційного лідерства підприємства можуть систематично впроваджувати на ринок (зокрема міжнародний) нові товари, нав'язати технічні стандарти на ринку, зміцнити власне становище, досягти ефекту кривої досвіду і, навчаючись, набиратися досвіду. Стратегія реакції підприємства на дію новатора може приймати форми творчої імітації, використання досвіду новатора і його нових продуктів для виходу на ринок із власними продуктами і програмами тощо. Саме інноваційні бізнес-моделі є найбільш прибутковими із поширених видів інновацій, незважаючи на те, що частка компаній, які їх впроваджують є ще недостатньо великою.

Інноваційний розвиток підприємства нерозривно поєднаний із інноваційним потенціалом і свідчить про можливість, спроможність до втілення інноваційних розробок. В умовах організаційної кризи інноваційного розвитку на підприємстві можуть відбутися революційні внутрішні зміни, що виводять його на новий рівень поступу. Модель процесу інноваційного розвитку підприємства

залежно від його розміру через послідовність усунення перешкод інноваціям повинна містити такі елементи [2, с. 56-61]:

1. Інноваційний розвиток, що ґрунтується на творчості. Це стадія від моменту зародження підприємства до його першої організаційної кризи – кризи лідерства. Основні характеристики розвитку полягають у тому, що підприємство зароджується й розвивається завдяки своїм засновникам; увага зосереджена на розробленні продукту та його маркетингу.

2. Інноваційний розвиток, що ґрунтується на засадах компетенції керівництва. Основні характеристики розвитку: організаційне зростання після усунення кризи керівництва; чітко спланована й регламентована організація робіт; задіяний професійний менеджмент.

3. Інноваційний розвиток, що ґрунтується на засадах делегування управлінських повноважень. Основні характеристики розвитку: підприємство зростає до розміру, коли керувати ним з одного центру неможливо, тому відбувається делегування управлінських повноважень; структурна перебудова системи управління на основі децентралізації функцій; делегування повноважень ухвалення рішень; збільшення потенціалу інноваційного розвитку підприємства.

4. Інноваційний розвиток, що ґрунтується на засадах координації дій. Основні характеристики розвитку: зміна системи координації функціонування підрозділів через систему автоматизованого управління; виділення стратегічних підрозділів, які мають високий рівень самостійності й уповноважені ухвалювати рішення в напрямі розроблення інновацій; ресурсне забезпечення ухвалених рішень щодо інновацій.

5. Інноваційний розвиток, що ґрунтується на засадах співпраці. Основні характеристики розвитку: збільшення стратегічної маневреності; подолання меж виникнення загроз, що породжують перешкоди інноваціям; об'єднання колективу підприємства в команду односторонців; установлення загальних інтересів та цінностей; зародження нового імпульсу до інноваційного розвитку.

У процесі формування інноваційної стратегії підприємства варто звернути увагу на механізм перетворення головних концептуальних положень створення стратегії у стратегічні напрями інноваційної діяльності підприємств. Для цього запропоновано тривимірну модель варіантів інноваційних стратегій підприємств (рис. 1).

Стадія інноваційного розвитку підприємства

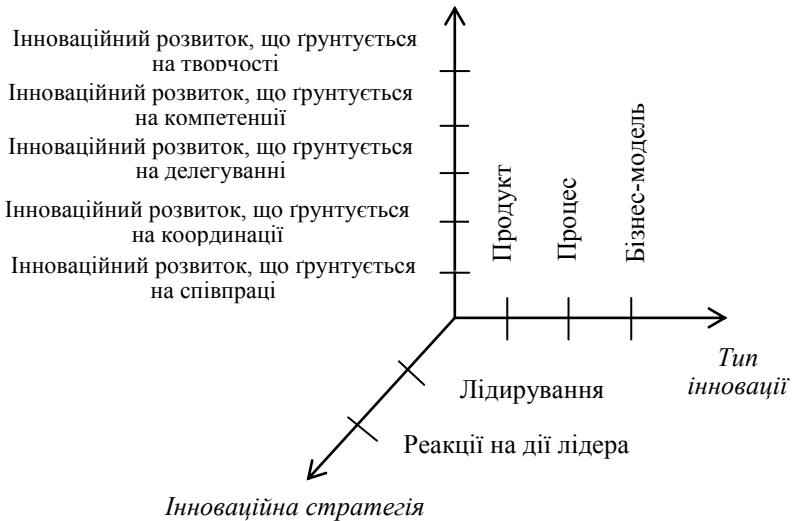


Рис. 1. Примірна модель варіантів інноваційних стратегій підприємств

Згідно моделі, наведеної на рисунку 1, на підприємстві можна виокремити 30 орієнтовних варіантів стратегії. Досліджуючи можливість реалізації інноваційної стратегії підприємства, варто висвітлити спрямовуючі складові наведеної моделі: підприємство, яке втілює типи інновацій (продукт, процес, бізнес-модель), одночасно чи кожен вид окремо. У кожному із сформованих напрямів функціонування і розвитку підприємство повинно врахувати елементи інноваційного потенціалу.

Подальше дослідження запропонованої примірної моделі варіантів інноваційних стратегій підприємств, може стати підґрунтям формування ефективного механізму стратегічного управління інноваційною діяльністю підприємства, мобілізації використання його потенціалу для підсилення конкурентоспроможності підприємства.

1. Janasz W. *Strategie organizacji innowacyjnych* / W. Janasz // *Studia i prace wydziału nauk ekonomicznych i zarządzania*. – 2010. – № 21. – s.45-58 2. *Конкурентоспроможність національної економіки: тенденції, перспективи, соціальні орієнтири [Текст]: монографія* / [А. Грициук, Н. Данилевич, О. Макара, С. Урба, З. Юринець]; за наук. ред. З.Юринець. – Луцьк: Вежа-Друк, 2012. – 292 с.