

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ

О. Б. Каламан

Одесская национальная академия пищевых технологий, Украина

Стратегический подход от повседневной деятельности отличается стремлением достичь поставленных целей и дальновидностью, подчиненностью сегодняшней цели идеалу саморазвития, подбором наиболее оптимальных сценариев и умением переходить от одного сценария развития к следующему в наиболее благоприятный с точки зрения развития момент. В условиях постоянного риска стратегический взгляд на инновационную деятельность позволяет вовремя среагировать на изменения, запустить именно ту технологию, которая предоставит серьезное преимущество и принесет первенство на рынке. Именно стратегический подход к предпринимательству превращает сегодня инновацию в деятельность и общественный фактор особой важности [1].

Проблемы экономического роста, повышения конкурентоспособности в условиях информационно-технологической революции могут быть решены с помощью эффективных стратегий инновационного развития. Именно последовательная инновационная стратегия обусловила высокое качество жизни, национальной безопасности, охраны окружающей среды и высокий технический уровень развитых стран мира [2, с. 141].

Итак, речь идет не просто об одноразовом использовании нововведений для достижения сиюминутных преимуществ, но о непрерывном, подробно спланированном стратегическом инновационном развитии, которое формирует методы и средства управления инновациями и позволит подчинить внедрение инноваций общим целям, превращая интенсивное внедрение инновационных процессов в фактор экономического роста.

Потребность в разработке механизма стратегического инновационного развития предприятий требует уточнения содержательной составляющей понятия «инновационная стратегия» в современных условиях хозяйствования, а также разработки новых подходов к процессам ее формирования и выбора. По утверждению Г. Т. Пятницкой, научные наработки в указанных направлениях приобретают сегодня особое значение для Украины [3, с. 22].

Аналитический обзор работ отечественных и зарубежных авторов показал, что иногда в толкование понятия «инновационная стратегия» не только вкладывается разный смысл, но и понимание сущности понятия «инновационной стратегии» находим в различных интерпретациях: «стратегия инноваций» [4, с. 206], «инвестиционно-инновационная стратегия» [5, с. 35], «инвестиционная стратегия инновационного развития» [6, с. 273], «стратегия научно-технического развития» [7, с. 24], «стратегическое инновационное управление» [8, с. 10], «стратегия развития предприятия» [9, с. 46].

Профессора А. И. Волков и М. П. Денисенко относят понятие «инновационная стратегия» к «чисто теоретическим, виртуальным, которые в практической деятельности предприятия нужно соотносить со стратегией научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (НИОКР), соответствующие меры стратегических планов производства, маркетинга, финансов, по управлению персоналом, материально-техническим обеспечением» [10]. Однако отождествление инновационной стратегии со стратегией НИОКР [11]–[13], как и со стратегией научно-технического развития [14, с. 86], приводит к сокращению ее функций, сужая их только к поиску направлений научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ по реализации нововведений. По нашему мнению, инновационная стратегия несомненно включает в себя процессы принятия решений относительно направленности научных исследований и конструкторских разработок, но это только ее единичное проявление из множества различных взаимозависимостей, которые связывают стратегические цели фирмы, НИОКР, нововведения и потенциал предприятия.

И. А. Павленко, Н. П. Гончарова стратегию нововведений приравнивают к понятию «инновационная политика», что предполагает объединение целей технической политики и политики капиталовложений и направленность на внедрение новых технологий и видов продукции [9, с. 46]. Инновационная политика фирмы с этой точки зрения ориентируется на достижения будущих результатов через инновационный процесс (стадия исследований, внедрение нововведений в производственное использование и нового продукта в рыночную среду). Однако понятие «политика организации» по отношению к понятию «стратегия» используется в значении «миссии», т. е. основной общей цели, которая детализирует статус фирмы, обеспечивает ее направление и ориентиры на определенные цели, стратегии, тактики. Итак, инновационная политика является лишь формой стратегического управления, определяет цели и условия осуществления инновационной деятельности организации и направлена на обеспечение ее конкурентоспособности и оптимального использования, имеющегося производственного и интеллектуального потенциала [12, с. 213].

Согласно трактовкам Л. Фаея и Р. Ренделла [16] инновационная стратегия близка по сути к понятию эксплерентной стратегии, которая определяется как конкурентная, ориентированная на радикальные нововведения [17]. Однако подобное сравнение ограничивает инновационную стратегию лишь созданием абсолютного нового для предприятия, в частности на уровне научно-исследовательских работ, исключая при этом

возможные незначительные модификации, усовершенствования, с которыми чаще всего связана специфика современного выживания на рынке.

Исходя из системного подхода инновационная стратегия – это одна из составляющих экономической стратегии, определяется как набор правил, методов и средств поиска лучших перспективных для организации направлений развития научно-технических исследований, ресурсной политики [18].

Менее распространенным к рассмотрению понятием является подход целей и средств, который основан на определении целей организации и путей их достижения. В рамках этого подхода делается акцент именно на инновационном способе действий как на главном средстве достижения конкурентоспособных позиций на рынке в условиях глобализации и быстрых изменений. И с этих позиций инновационная стратегия определяется как одно из средств достижения целей организации, которое отличается от других своей новизной, прежде всего для данной организации, для отраслей рынка, потребителей, страны в целом [19]. То есть в этом случае стратегия управления инновациями принимает на себя роль корпоративной стратегии развития предприятия.

Анализ рассмотренных классификаций позволяет сделать вывод, что чаще всего выделенные разными авторами типы инновационных стратегий обладают одинаковыми характеристиками, условиями выбора, имеют схожие названия, не повторяя при этом содержания, или схожие виды имеют разные названия. Например, наступательная инновационная стратегия Х. Фримана, сочетая в себе черты активно наступательной инновационной стратегии и острой наступательной инновационной стратегии, является по своим содержательным характеристикам близкой к стратегии «самостоятельного производства инноваций». Аналогичная ситуация прослеживается с имитационной, защитной и пассивной инновационными стратегиями, остаточной и стратегией «заполнение пробелов». Однако в общем случае подобные классификации описывают различия инновационной деятельности предприятия с позиции активной или пассивной инновационной политики, радикальных нововведений, в частности в сфере НИОКР и модификаций, имеющихся ресурсов, отношения к рискам и имеющейся стратегической позиций предприятия на рынке, где защитные инновационные стратегии характеризуются концентрацией на определенном рынке или его сегменте, узкой рыночной ориентацией или защитой своей доли рынка, направленностью на сохранение стратегических позиций, стремлением удержаться среди новаторов, а наступательные инновационные стратегии - постоянным расширением деятельности, освоением новой продукции, поиском конкурентных преимуществ. На практике предприятие редко следует неизменно одной и той же стратегии, как и стратегии в «чистом виде», используя многочисленные модификации инновационных стратегий, комбинированные инновационные стратегии как наиболее эффективные в случаях закрепления позиций и перехода с защитной к инновационной стратегии наступательного типа.

ЛИТЕРАТУРА

1. Санто, Б. Инновация как средство экономического развития : пер. с венг. / Б. Санто. – М. : Прогресс, 1991. – 320 с.
2. Антонюк, Л. Л. Інновації: Теорія, механізм розробки та комерціалізації : монографія / Л. Л. Антонюк, А. М. Поручник, В. С. Савчук. – К. : КНЕУ, 2003. – 394 с.
3. П'ятницька, Г. І. Інноваційні стратегії в сучасних умовах господарювання: суть та наукові підходи до формування вибору / Г. І. П'ятницька // Проблеми науки. – 2004. – № 11. – С. 21–29.
4. Гальчинський, А. С. Економічна енциклопедія : у 3 т. / А. С. Гальчинський, В. М. Геєць, О. І. Амоша ; відп. ред. С. В. Мочерний. – К. : Академія, 2001. – Т. 3. – 800 с.
5. Ткач, І. М. Концепція стратегії розвитку оборонно-промислового комплексу України на інвестиційно-інноваційних засадах / І. М. Ткач // Проблеми науки. – 2007. – № 12. – С. 9–14.
6. Инновационный менеджмент / под ред. В. М. Аньшина, А. А. Дагаева. – М. : Дело, 2003. – 528 с.

7. Економічна енциклопедія : у 3 т. / редкол. : С. В. Мочерний (відп. ред.) [та ін.]. – К. : Академія, 2002. – Т. 3. – 952 с.
8. Мостовая, И. В. Инновационный менеджмент в современном производстве: развитие социальных технологий / И. В. Мостовая, К. М. Дзыбов. – Ростов н/Д. : Изд-во Ростов. ун-та, 1998. – 105 с.
9. Економіка та організація інноваційної діяльності : навч. посіб. / І. А. Павленко ; Київ. нац. екон. ун-т. – К. : КНЕУ, 2004. – 202 с.
10. Інноваційний розвиток промисловості України / О. І. Волков [та ін.] ; під ред. О. І. Волкова, М. П. Денисенко. – К. : КНТ, 2006. – 648 с.
11. Новиков, Д. А. Модели и методы организационного управления инновационным развитием фирмы / Д. А. Новиков, А. А. Иващенко. – М. : КомКнига, 2006. – 332 с.
12. Пастухова, В. В. Стратегічне управління підприємством: філософія, політика, ефективність : монографія / В. В. Пастухова ; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. – К. : КНТЕУ, 2002. – 301 с.
13. Немцов, В. Д. Стратегічний менеджмент: навч. посіб. / В. Д. Немцов, Л. Є. Довгань. – К. : ЕксОб, 2001. – 559 с.
14. Ляско, В. И. Стратегическое планирование развития предприятия : учеб. пособие для вузов / В. И. Ляско. – М. : Экзамен, 2005. – 288 с.
15. Стадник, В. В. Інноваційний менеджмент : навч. посіб. / В. В. Стадник, М. А. Йохна. – К. : Академвидав, 2006. – 463 с.
16. Лайм, Фасей. Курс МВА по стратегическому менеджменту : пер. с англ. / Лайм Фасей, Роберт Ренделл (ред.). – М. : Альпина Паблишер, 2002. – 608 с.
17. Юданов, А. Ю. Конкуренция: теория и практика : учеб.-практ. пособие / А. Ю. Юданов. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Ассоц. авт. и изд. «Тандем», «ГНОМ-ПРЕСС», 1998. – 384 с.
18. Краснокутська, Н. В. Інноваційний менеджмент : навч. посіб. / Н. В. Краснокутська ; Мін-во освіти і науки України, КНЕУ. – К. : КНЕУ, 2003. – 504 с.
19. Гунин, В. И. Управление инновациями: 17-модельная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 7 / В. И. Гунин. – М. : ИНФРА-М, 1999. – 328 с.