

УДК 358

Хошимова Шахноза
магистрант 1 курса ПИТТУ
Республика Таджикистан, г. Худжанда

ПОНЯТИЕ И СУЩНОСТЬ И ИННОВАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация: Инновационная стратегия - это одно из средств достижения целей предприятия, отличающееся от других средств своей новизной, прежде всего для данной компании и, вполне вероятно, для отрасли, рынка, потребителей. Инновационная стратегия подчинена общей стратегии предприятия. Она задает цели инновационной деятельности, выбор средств их достижения и источники привлечения этих средств. В данной статье рассмотрены понятие и сущность инновационной стратегии и обзор литературы по понятийному аппарату.

Ключевые слова: Инновация, стратегия, промышленная предприятия, устойчивое развитие.

CONCEPT AND ESSENCE AND INNOVATIVE STRATEGY OF THE INDUSTRIAL ENTERPRISE

Hoshimova Shahnoza undergraduate of
Polytechnic Institute of Technical University
first class, Tajikistan, Khujand city

Annotation: An innovative strategy is one of the means to achieve the goals of the enterprise, which differs from other means in its novelty, primarily for this company and, possibly, for the industry, market, and consumers. An innovative strategy is subordinate to the overall strategy of the enterprise. It sets the goals of innovation, the choice of means to achieve them and the sources of attraction of these funds. This article discusses the concept and essence of innovative strategies and an overview of the literature on the conceptual framework

Key words: innovation, strategy, industrial enterprises, sustainable development.

Введение

В решение задачи обеспечения динамически устойчивого развития промышленного предприятия первостепенная роль принадлежит инновационной деятельности. В связи с этим, наличие инновационной стратегии дает возможность обеспечить не только внедрение современных инновационных технологий в систему управления, однако также обновление производительной базы с учетом необходимости модернизации промышленного предприятия в целом.

Для реализации инновационных стратегий развития требуется формирование адекватной системы управления предприятием, включающей:

- а) институализацию направлений экономического прорыва;
- б) создание целостной открытой сети обмена технологиями и ноу-хау;
- в) разработку механизмов мотивации инновационной деятельности, обеспечивающей внедрение эффективных организационно-экономических

механизмов управления не только рисками хозяйственной деятельности, но и отношениями с потребителями.

Теоретические аспекты инновационной стратегии промышленного предприятия

Инновационная стратегия – это обобщающая концепция действий и правил, то есть, акцентируем внимание на концептуальном смысле инновационной стратегии, в то время как в существующих определениях инновационную стратегию рассматривают как комплекс или систему мероприятий, либо как план решения задачи.

Во сегодняшнем обществе инновационная составляющая развития предприятий является основным источником роста. Мировая практика показывает, что устойчивое развитие производства и поддержание его конкурентоспособности в долгосрочной перспективе зависит от инноваций. П. Друкер утверждает, что «единственная вещь, имеющая значение - это инновации». Инновационность становится неотъемлемой чертой современного предприятия. В связи с этим возрастает важность и роль управления инновационной деятельности.

Инновационная деятельность — сложная динамичная система действия и взаимодействия различных методов, факторов и органов управления, занимающихся научными исследованиями, созданием новых видов продукции, совершенствованием оборудования и предметов труда, технологических процессов и форм организации производства на основе новейших достижений науки, технической также современного навыка, планированием, финансированием и координацией научно-технического прогресса, совершенствованием экономических рычагов также стимулов, разработкой системы мер по регулированию комплекса взаимообусловленных мероприятий, направленных на ускорение

интенсивного развития научно-технического прогресса и повышение его социально-экономической эффективности. Термин "стратегия (от греческого "stratos" - войско и "ago" - веду) применительно к инновационному менеджменту, как одному из направлений стратегического управления в экономике, означает программу долгосрочного планирования, достижения и реализации целей на различных иерархических уровнях экономической системы.

Стратегию можно определить как процесс принятия решений. В обоих случаях имеются цели (объекты) также средства, с помощью которых достигаются поставленные цели (принимаются решения). Стратегия обозначает взаимосвязанный комплекс действий во имя укрепления жизнеспособности также силы этого предприятия по отношению к его конкурентам. Это детальный всесторонний комплексный план достижения поставленных целей. Стратегия развития фирмы предусматривает обеспечение использования научно-технических достижений в области организации, техники и технологии, т.е. комплекса инноваций.

Основываясь в приобретенные выводы, можно предложить последующее определение. Инновационная стратегия — функциональная стратегия, увязывающая цели фирмы, пути их достижения и инструменты формирования конкурентноспособного преимущества за счет (на основе) поиска, разработки, внедрения и коммерциализации новшеств: новых товаров и услуг, организационных также процессных нововведений (бизнес-моделей).

Основой для выработки инновационной стратегии служат теория жизненного цикла продукта, рыночная позиция компании и проводимая ею научно-техническая политика. Безусловно, в рамках инновационной стратегии должен рассматриваться и вопрос взаимодействия фирмы с национальной инновационной системой.

Под инновационной стратегией компании как правило подразумевают стратегию использования нововведений. Если руководство компании

поддерживает попытки реализовать нововведение, вероятность того, что оно будет принято к внедрению в организации, увеличивается. Любые стратегические меры, предпринимаемые компанией, носят инновационный характер, поскольку они так или иначе основаны на нововведениях в его экономическом, производственном либо сбытовом потенциалах.

Инновационная стратегия фирмы включает выработку научно-технической политики предприятия, для чего необходимо тщательно отслеживать отечественные и мировые тенденции развития науки и техники. Для того, чтобы успешно решить эту задачу, необходимо анализировать процессы инновационного развития, включая диффузию инноваций.

Выбор инновационной стратегии предприятия – одна из важнейших проблем управления нововведениями. Результаты многочисленных исследований доказывают, что стратегия внедрения нововведений, выбираемая предприятием, лежит в основе успеха фирмы на рынке.

В общем смысле стратегия – это набор действий, предпринимаемых предприятием для достижения поставленных корпоративных целей.

Инновационная стратегия – составная часть общей корпоративной стратегии. Это целенаправленная деятельность по определению важнейших направлений, выбору приоритетов перспектив развития предприятия и выработке необходимого для их достижения комплекса мероприятий. Это набор правил и норм, определяющих процедуру изменения системы отбора и реализации нововведений, как в технологии, так и в управлении технологией.

При формулировании инновационной стратегии необходимо принимать во внимание внешних и внутренних факторов, среди которых прогнозы экономической среды, анализ потенциала предприятия, соответствие инновации общей стратегии предприятия и т. д. Таким образом, инновационная стратегия связывает воедино общую стратегию предприятия, анализ экономической среды, научно-технический, кадровый потенциал предприятия и конкретные инновационные проекты.

Основой разработки инновационной стратегии является кривая жизненного цикла инновационного проекта.

При разработке инновационной стратегии следует найти решение соответствующее главные проблемы:

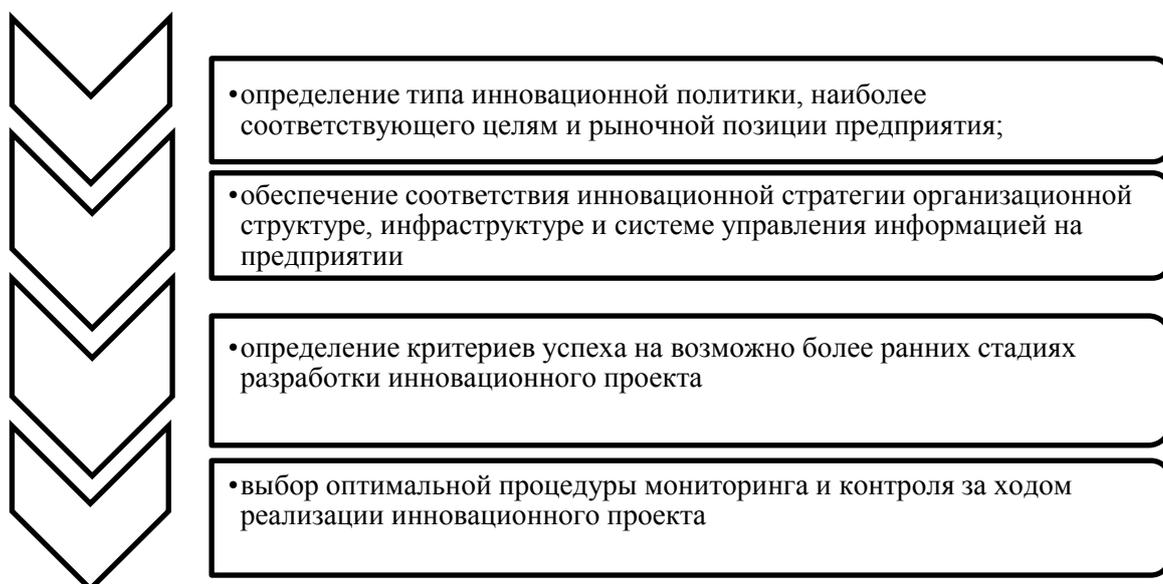


Рисунок 1. Основные проблемы инновационной стратегии

Обычно предприятия не придерживаются какой-либо стратегии в чистом виде. Выбор приоритетов и предпочтения связаны с внешними и внутренними факторами также конкретными проектами.

Для определения места, которое захватывает фирма на рынке и выработки соответствующей стратегии инновационного развития, применяется подход, основанный на теории жизненного цикла продукта. При этом могут учитываться соответствующие стадии: развитие, рост, зрелость и упадок. Для инновационной стратегии, направленной на разработку новых продуктов и технологий может быть установлено последующее соответствие:

Таблица 1 - Зависимость видов инноваций от стадии жизненного цикла

Стадия жизненного	Вид инновации

цикла	
Развитие	Продуктовая инновация (создание, доработка и отладка)
Рост	Технологическая инновация (отработка технологии и организация производства)
Зрелость	Оптимизация затрат, улучшение качества, снижение издержек
Упадок	Падение производства, снижение прибыли

Применение теории жизненного цикла продукта и методов анализа информационных потоков документов дает возможность предприятиям решать следующие вопросы: выдвигать концепции новейших продуктов; применять новейшие, гибкие, экологически безопасные, энерго- также ресурсосберегающие технологии; оперативно снимать с рынка устаревшие товары; обеспечивать высокие темпы; быстро выходить на новые рынки; концентрировать усилия на решении проблем избранных групп потребителей ;распространять свою деятельность на другие страны.

Все это позволяет выбирать такую инновационную стратегию компании, которая опирается на совершенствование структуры затрат, необходимых для проведения научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, обеспечивающих повышение конкурентоспособности компании в ее сегменте рынка.

Заключение

Инновационная стратегия – одно из средств достижения целей организации, отличающееся от других средств своей новизной.

Стратегическое управление инновациями является составной частью инновационного процесса менеджмента и решает вопросы управления, планирования и реализации инновационных проектов, имеет дело с процессом предвидения изменений в экономической ситуации фирмы, поиском и реализацией крупномасштабных решений, обеспечивающих ее выживание и устойчивое развитие за счет выявления будущих факторов успеха.

Список использованной литературы

1. Агарков С. А., Кузнецова Е. С., Грязнова М. О. Инновационный менеджмент и государственная инновационная политика. Пенза: Академия Естествознания, 2011. 143 с.
2. Кристенсен К. Дилемма инноватора. Как из-за новых технологий погибают сильные компании. М.: Альпина Пабlishер, 2012; Чан Ким У., Моборн Р. Стратегия голубого океана. Как создать свободную нишу и перестать бояться конкурентов. М.: Гиппо, 2005.
3. Курс экономической теории, А.В. Сидорович, учебное - пособие Москва: издательство «ДИС», 1997.
4. Основы менеджмента, А.А.Радугин, учебное пособие - Москва: издательство «Центр», 1998.
5. Инновационный менеджмент, С.Д. Ильенкова, учебно-практическое пособие, - Москва: МЭСИ, 1999.
6. Управление инновациями, В.Н. Гунин, В.П. Баранчеев, -Москва: издательство «ИНФРА-М», 2000