



Построение инновационной стратегии развития предприятия

А.В. Чепсараков, студент,
Санкт-Петербургский государственный экономический университет
(Санкт-Петербург, Россия)
chepsarakov2010@mail.ru

Аннотация. В статье рассматриваются современные понятия и построение инновационной стратегии развития предприятия. Описываются виды инновационных стратегий, особое внимание уделяется задачам инновационной деятельности. В статье выделяются и описываются этапы разработки стратегии инновационной деятельности предприятия и подчеркивается важность инноваций, в значительной степени определяющих развитие компании и квалификацию ее специалистов и создающих общую картину перспектив развития компании и завоевания конкурентного места на рынке.

Ключевые слова: инновационная деятельность, инновационный процесс, стратегические инновации, инновационная стратегия, инновационное управление, стратегическое планирование.

Building an innovative strategy for enterprise development

A.V. Chepsarakov, student,
St. Petersburg State University of Economics (St. Petersburg, Russia)
chepsarakov2010@mail.ru

Abstract. This article discusses modern concepts and the construction of an innovative strategy for the development of an enterprise. The types of innovative strategies are described, special attention is paid to the tasks of innovative activity. The article highlights and describes the stages of developing an enterprise innovation strategy and emphasizes the importance of innovation, which largely determines the development of the company, the qualifications of the specialists of this company and creates a general picture of the prospects for the development of the company and gaining a competitive leading position in the market.

Keywords: innovation activity, innovation process, strategic innovation, innovation strategy, innovation management, strategic planning.

В условиях современного экономического развития и развития предприятий и отраслей в целом достичь значительного конкурентного преимущества без построения и грамотного внедрения инновационной стратегии развития предприятия не представляется возможным. Подтверждением этого является борьба за клиентов и рынки между отечественным производителем и зарубежными компаниями на мировой торговой арене [3], где побеждают организации, которые лидируют в области инноваций.

Само определение «инновационная стратегия» представляет собой важнейшую функциональную стратегию, предполагающую создание совокупности мероприятий по технологическому развитию производства, организационной структуры организации и внедрению современных методик управления. В то же время это понятие может рассматриваться как базовый инновационный процесс, основной целью которого является создание системы определенных условий и факторов, обеспечивающих дальнейшее развитие и воплощение инновационного потенциала предприятия [2].

Сама инновационная стратегия предприятия преимущественно сконцентрирована на повышении качества продукции либо внедрении на рынок совершенного нового продукта, на увеличении объемов производимой продукции, обеспечении конкурентоспособности предприятия или же создании собственной ниши на рынке. В целом, любые инновационные решения ставят перед собой общую цель – развитие организации и, как следствие, укрепление ее позиций.

Стратегия в глобальном смысле определяет важнейшую задачу компании, например выбор новой политики, и следующие задачи, к примеру, внедрение инновационных технологий для обеспечения жизнеспособности компании на рынке и направление дальнейшего развития.

Перед непосредственным формированием стратегии предприятия ставят перед собой четко определенные задачи, которые должны выполняться в ходе инновационной деятельности организации. К ним относятся [1]:

- генерация инновационных идей, НИОКР (научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ), проведение исследований и испытаний, создание опытных образцов новых изделий;
- изучение сырьевой и материальной базы, которая может быть использована при изготовлении образцов новой продукции;
- подбор технологических процессов, разработок и идей для внедрения их в производство;
- инновационная политика по отношению к персоналу и информационным коммуникациям для обеспечения инновационных процессов;

- маркетинговый анализ рынка и потребителей данных технологий;
- производство и продвижение на рынок продуктов этих разработок.

Соответственно, виды инновационной стратегии будут зависеть от поставленных задач и подразделяться на наступательную, оборонительную, промежуточную, поглощающую, имитационную и разбойничью стратегии [6].

Непосредственно построение инновационной стратегии развития предприятия включает в себя следующие этапы.

1. Оценка окружающей и внешней среды, анализ ее влияния на производственные процессы. На данном этапе анализируются внутренняя производственная среда компании и внешняя рыночная среда, формируется комплексный SWOT-анализ, определяется жизненный цикл выпускаемого продукта.
2. Определение ключевых показателей активности предприятия в текущий период его деятельности. Производятся расчеты затрат различных уровней на организацию НИОКР и внедрение инновационных решений [4].
3. Аккумуляция ресурсов для снабжения выбранной инновационной стратегии. Здесь ведется поиск и анализ возможных источников финансирования избранной стратегии.
4. Оценка стратегии инновационного развития. Здесь главным является качественный и количественный подход к ее реализации, определяющий, с одной стороны, соответствие выбранной стратегии и поставленных целей и задач, а с другой – рентабельность и доходность инновационных технологий.

Таким образом, проектирование стратегии инноваций является непрерывным динамическим процессом, основой которого является выбор потенциально эффективного стратегического решения предприятия. Помимо этого, осуществление инновационных изменений требует большого объема ресурсов [5], высокого уровня знаний руководящего состава и наличия инновационного потенциала организации, а также сопряжено с большим количеством новых рисков. Несмотря на это, именно построение инновационной стратегии развития предприятия способствует получению конкурентного преимущества и формированию такой стратегической ситуации, в которой оно способно расширить свою рыночную долю или создавать новые рыночные площадки.

Использованные источники

1. Инновационное развитие предприятия. URL: <https://www.gd.ru/articles/9375-innovatsionnoe-razvitiie-predpriyatiya>.
2. *Малыхина И.О., Бережная А.В., Басова К.С.* Анализ теоретических и методических подходов к реализации инновационных стратегий развития предприятия // Белгородский экономический вестник. 2019. № 2(94). С. 110–115.
3. *Орлова О.П.* Инновационная стратегия как способ повышения рентабельности // Альманах научных работ молодых ученых университета ИТМО. СПб.: Университет ИТМО, 2016. Т. 4. С. 93–95.
4. *Палкина М.В., Палкин А.Ю.* О понятии и содержании инновационной стратегии предприятия в современных условиях // Наука и практика организации производства и управления. 2019. С. 133–137.
5. *Сатторов Н.Э., Тереладзе Д.И.* Разработка инновационных стратегий на основе реализации комплексного подхода к оценке инновационного потенциала наукоемкого предприятия // Новые информационные технологии в науке: Сборник статей международной научно-практической конференции: В 3 ч. 2017. С. 180–183.
6. *Синева Н.Л., Яшкова Е.В., Исламова Г.И.* Основополагающие принципы бережливых инноваций // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2018. № 4(30). С. 131–137.