

господарств має характерні особливості пов'язані із специфікою рослинництва і тваринництва, як видів економічної діяльності; значним рівнем конкуренції у середовищі сільськогосподарських товаровиробників; значною кількістю та різноманітністю підприємств; зонами ризику, в яких перебувають виробники; впровадженням органічного виробництва; екологічною складовою виробничого процесу [5].

Конкурентоспроможність виробництва сільськогосподарської продукції – це реальна і потенційна здатність підприємства швидко реагувати на зміни потреб споживачів, на нововведення конкурентів, а також наявну можливість проектувати, переробляти та продавати продукцію, яка по ціновим та неціновим характеристикам в цілому більш приваблива, ніж продукція його конкурентів.

Отже, аграрне підприємство, яке прагне посісти лідируючі позиції серед конкурентів, повинно ставити за мету не тільки задоволення попиту споживачів на товари, але й приділити особливу увагу розробці і реалізації власної ефективної конкурентної стратегії.

Список використаних джерел: 1. Білоусько Ю.Т. Визначення конкурентних переваг сільськогосподарських підприємств. *Вісник Харківського НАУ*. – 2011. № 5. С. 83-91. 2. Нємцов В.Д. Стратегічний менеджмент : навч. посіб. К.: ТОВ «УВПК»УксОб», 2004. 559 с. 3. Должанський І.З. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посіб. К. 2006. 384с. 4. Малік М.Й. Конкурентоспроможність аграрних підприємств: методологія і механізми: [монографія]. К: Інститут аграрної економіки, 2007. 270с. 5. Донських А.С. Конкурентоспроможність аграрних підприємств та фактори, що її визначають *Інтернет журнал «Ефективна економіка»*. 2011. № 12. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2011_12_32.

Стасюк Ю.М. старший викладач
Волошина А.Р. здобувач вищої освіти ступеня бакалавра
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара,
Україна

Основні принципи розробки та реалізації інноваційної стратегії підприємства

Впровадження інновацій у виробництво та в соціально-економічну сферу суттєво впливає на рівень економічного розвитку [1].

Конкурентні переваги підприємства в значній мірі полягають в його здатності створювати інновації та впроваджувати їх у виробничий процес [2].

Кожен бізнес, бренд, компанія чи організація так чи інакше впроваджує інновації, але стратегія різна. Єдина причина, чому більшість організацій не можуть впроваджувати інновації, полягає в тому, що їм не вистачає чіткої інноваційної стратегії.

Інноваційна стратегія — це детальний план і спільна інноваційна місія, спрямована на створення нових цінностей, продуктів і послуг, за які потенційні клієнти готові платити. Вона складається з політики та основних цінностей, спрямованих на досягнення майбутнього організаційного зростання. Щоб бути ефективною, інноваційна стратегія має ґрунтуватися на чіткому баченні та заяві про місію.

Інноваційна стратегія є важливою для компаній, які хочуть отримати конкурентну перевагу. Хороша інноваційна стратегія має бути надихаючою та додавати щось унікальне до продукту та послуг, що розробляються.

Ефективна інноваційна стратегія:

- окреслює цілі та пріоритети інноваційної діяльності організації та допомагає зосередити ресурси та енергію на досягненні цих цілей;
- сприяє узгодженню: за наявності ефективної інноваційної стратегії різні підрозділи в організації досягатимуть спільних цілей, а не переслідуватимуть окремі цілі та пріоритети;
- допомагає підприємствам досягти довгострокового успіху: без ефективної інноваційної стратегії компанія навряд чи зможе зберегти конкурентну перевагу та зацікавити клієнтів у довгостроковій перспективі.

Для розробки інноваційної стратегії було виділено певний перелік необхідних дій:

1. Мати чітку мету та стратегічний підхід. Першим кроком до розробки ефективної інноваційної стратегії є визначення бізнес-інноваційних цілей і стратегії, що стоїть за ними. Як правило, інноваційна стратегія має сприяти досягненню загальних бізнес-цілей організації.

2. Знати свою цільову аудиторію та провідних конкурентів. Другим кроком до розробки ефективної інноваційної бізнес-стратегії є визначення цільового ринку та конкурентів компанії.

3. Визначити ціннісну пропозицію. Маючи чітку мету/стратегічний підхід і знаючи цільову аудиторію, наступне, що потрібно зробити підприємству, це визначити свою ціннісну пропозицію. Це один із найважливіших кроків у розробці ефективної інноваційної стратегії. Тому потрібно зосередитися на створенні цінностей, які допоможуть клієнтам витратити менше грошей і налаштує їх сплачувати за продукти та послуги, які пропонує організація.

4. Оцінка і розвиток основних переваг. Переходячи до основних сильних сторін у бізнесі, потрібно враховувати такі сфери: навички, цінності, поведінку, культуру, НДДКР, знання. Здатність об'єднувати та розвивати ці сторони має важливе значення для розробки ефективної інноваційної стратегії.

5. Створення власних інноваційних систем та методів. Щоб розробити ефективну інноваційну стратегію, потрібно визначити стратегічні бізнес-інноваційні системи та методи, які потрібно запровадити. Необхідно визначити, які інноваційні системи потрібні компанії для зв'язку елементів інноваційної структури. Слід розуміти, що існують різні інноваційні стратегії, і не всі вони потрібні на кожному етапі розвитку компанії. Таким чином, потрібно знати, які

саме стратегії використовувати на певному етапі, щоб отримати бажаний результат, якого прагне досягти фірма.

Основні принципи реалізації інноваційної стратегії підприємства:

1. Зосередженість. Після налагодження та вибору стратегічного підходу до інновацій, настає час запустити інноваційну стратегію. Довгострокові стратегічні цілі забезпечують структуру та підтримку інноваційної роботи підприємства. Слід усвідомлювати, що загальні цілі не будуть досягнуті за один день, але встановлення меж, зосередженість на своїх кінцевих цілях і послідовність є єдиним способом досягти високих результатів.

2. Узгодження всіх інноваційних стратегій з бізнес-цілями компанії. Більшість підприємств намагаються подолати розрив між бізнес-цілями та інноваційною стратегією. Тому, потрібно переконатися, що інноваційна стратегія та процес повністю вбудовані у загальну бізнес-стратегію.

3. Донесення стратегії до персоналу. Неможливо досягти успіху в бізнесі без згуртованої команди. Крім того, працівники повинні знати про стратегії, які вони застосовують для досягнення цілей організації. Щоб інтегрувати інноваційні стратегії в організацію, потрібно співпрацювати з потрібними людьми всередині та за межами організації та встановити індивідуальні цілі, які сприятимуть інноваційній стратегії.

4. Систематичне вимірювання росту. Систематичне вимірювання — це найкращий спосіб адаптуватися до змін у бізнесі та налаштувати команду на досягнення кращих результатів у майбутньому. Крім того, вибір правильних оптимальних показників вимірювання допомагає контролювати прогрес.

Інноваційні стратегії мають бути креативними та неординарними. Розмірковуючи про інноваційні стратегії, неможливо не згадати Microsoft, Apple або Google. Apple, наприклад, створила і продовжує створювати унікальні продукти та послуги, які мають величезну цінність і успіх. iWatch, iPad та iPhone — це інноваційні продукти Apple, створені завдяки діючим інноваційним стратегіям.

Прикладом ефективною інноваційною стратегією є стратегія Samsung. Інноваційна стратегія Samsung усі ці останні роки полягала в поступових інноваціях (що чітко видно на вигнутих екранах мобільних телефонів). Інноваційний план організації в останні роки полягав у диверсифікації портфолію. Наразі відділ досліджень і розробок досліджує цифрове здоров'я, автономну мобільність, конфіденційність, безпеку, інфраструктуру, Інтернет речей, штучний інтелект, машинне навчання, інфраструктуру центрів обробки даних та багато іншого. Samsung також стратегічно інвестує в кілька зовнішніх ініціатив, щоб переосмислити свій бренд і бізнес.

Слід зауважити, що при реалізації інноваційних стратегій завжди слід звертати увагу на можливий інноваційний ризик, який характеризує ймовірність втрат, що виникають при вкладенні підприємством засобів у виробництво нових товарів або послуг, які можуть не спровокувати очікуваний попит на ринку [2].

Отже, існує декілька причин для пояснення важливості впровадження інноваційних стратегій в діяльність підприємства, адже, по-перше, результатом інноваційних стратегій є чітке бачення та цілеспрямованість компанії. Це

допоможе створити надійну систему, яка відповідатиме конкурентним потребам організації, та сприятиме розвитку інноваційної культури.

Список використаних джерел:

1. Стасюк Ю. М. Теоретичні концепції розвитку глобальної інноваційної економіки. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Світове господарство і міжнародні економічні відносини»*. 2013. Вип. 5 (10/2). С. 137-146; 2. Стасюк, Ю. М. Моделі міжнародного трансферу технологій. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Світове господарство і міжнародні економічні відносини»*. 2012. Вип. 4 . С. 217-225.

**Таран О.М., канд. екон. наук, доцент
Державний біотехнологічний університет, Україна**

Інновації як складова стратегії розвитку організації

Інновації та нововведення є напрямом науково-технічного прогресу (його високотехнологічна складова) та процесом, пов'язаним із впровадженням досліджень й розробок у практику господарювання. Сфера інновацій обширна, яка включає не тільки практичне використання науково-технічних розробок та винаходів, а й зміни в продукції, процесах, маркетингу та організації управління. Інновація виступає як явний чинник змін у результаті діяльності, яка вбудована в новий або вдосконалений продукт, технологічні процеси, нові послуги та нові підходи до задоволення суспільних потреб [1, с. 67]. Термін «інновація» походить від англійського слова «innovation», що в перекладі означає «введення новацій». В наукових публікаціях як іноземних, так і вітчизняних авторів терміни «нововведення», «новація», «інноваційний процес», «новаторство» переважно розглядаються в якості синонімів [2].

Вперше термін «інновації» як категорія був використаний Й. Шумпетером [3], який визначав інновації як процеси, а не кінцевий продукт, як нову науково-організаційну комбінацію виробничих чинників, втілення результатів наукових досягнень у нових технологіях чи видах продукції й визначав таку інноваційну «тріаду»: «винахід-інновація-дифузія», яка пізніше була перетворена в інноваційний ланцюг: «науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи (НДДКР) – винахід – інноваційна дифузія – економічне зростання» [3]. Відповідно до Закону України «Про інноваційну діяльність» [4] інновації – це «новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери»

Як не може бути розвитку без інновацій, так й неможливі інновації без розвитку. У сучасній науковій літературі використовуються такі терміни, як «стратегія інноваційного розвитку», «інноваційна стратегія розвитку» або «інноваційна стратегія». Саме поняття «розвиток» припускає: 1) нагромадження