

## **ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

**Дроб'язко В. В.**, здоб. вищ. осв. ОС «магістр»

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Р.М. Остапенко**  
*Державний біотехнологічний університет*

Стратегія полягає в тому, щоб зробити вибір між можливими варіантами та мати найкращі шанси на «перемогу», а інновації – це лише один із засобів досягнення стратегічних цілей підприємства. Відсутність чіткої інноваційної стратегії є фундаментальною проблемою коли оптимізація існуючого бізнесу стає пріоритетом. Тому, наше дослідження буде зосереджене на кроках, які необхідні для розроблення власної інноваційної стратегії.

Інновації – це створення нових цінностей, які люди готові використовувати та платити за них, тоді як стратегія – це план використання, наприклад, маркетингу, операцій, фінансів та науково-дослідних робіт для підтримки досягнення конкурентної мети.

Першим кроком при розробці інноваційної стратегії є визначення цілей та підхід до інноваційної стратегії. Процес планування даної стратегії починається з визначення цілей: «Чого підприємство хоче досягти за допомогою інновацій?». Після визначення цілей обирається підхід до інноваційної стратегії, як правило існує два різних підходи: інноваційна бізнес-модель та використання уже існуючої бізнес-моделі.

Інновація бізнес-моделі – це розробка нових, унікальних концепцій, що підтримують фінансову життєздатність організації, включаючи її місію та процеси реалізації цих концепцій. Основна мета інноваційної бізнес-моделі – реалізувати нові джерела доходу за рахунок підвищення цінності продукту та способів доставки продуктів клієнтам, а також вибір цільового сегмента, пропозиції продукту чи послуги та моделі отримання доходу. Використання існуючої бізнес-моделі відноситься до безперервних покращень та поступових і стійких інновацій. На відміну від попередньої бізнес-моделі, стратегічна увага підприємств, які використовують існуючу бізнес-модель, спрямована на покращення основного бізнесу, а не на створенні нових цінностей.

Другим кроком у створенні стратегії є визначення ринку та сегменту клієнтів. Щоб впроваджувати інновації та відповідати

потребам своїх клієнтів, необхідно розуміти, чого вони насправді хочуть, тому вкрай важливо розуміти, що відбувається на ринку.

Наступний і, мабуть, найважливіший крок — це визначення цієї унікальної ціннісної пропозиції. Оскільки метою інновацій є створення конкурентної переваги, підприємство повинно зосередитися на створенні цінності, яка або заощадить гроші та час його клієнтів, або зробить їх готовими платити більше за пропозицію, забезпечить більшу користь для суспільства, зробить його продукт кращим або зручнішим для використання.

Щоб мати можливість створити унікальну ціннісну пропозицію, рекомендується вміти ідентифікувати та використовувати нові ринки. Це можна зробити за допомогою ціннісних інновацій. Метою ціннісних інновацій є досягнення стійкої конкурентної переваги шляхом виходу за межі поточного ринку підприємства та реформування ціннісної пропозиції, щоб виділитися з конкурентів [2].

Перші три кроки у розробці стратегії насправді зводяться до одного: основні здібності підприємства, які необхідні для конкурентоспроможності на ринку. При оцінці набору можливостей слід розглянути культуру, НДДКР, цінності, знання, навички та вміння. Здатність об'єднувати та розвивати ці можливості є ключем до інновацій. Під час формування інноваційної стратегії підприємство має дотримуватися певних критеріїв, а саме: відповідність можливостям і загрозам зовнішнього середовища; відповідність цілям підприємства і сумісність з її місією; досягнення конкурентних переваг за рахунок використання сильних сторін підприємства і сильних сторін (переваг) конкурентів; наявність необхідних ресурсів, наукового, технічного, виробничого, кадрового потенціалів; досягнення балансу між усіма структурними підрозділами підприємства [1].

Отже, підводячи підсумки, можемо стверджувати, що інноваційна стратегія полягає у здійсненні найбільш усвідомленого вибору між можливими варіантами. Ключове значення у ефективній роботі інноваційної стратегії має стратегічне узгодження та плавна інтеграція з методами роботи. Чітка комунікація, а також підтримка показників на рівні організації та на індивідуальному рівні допоможуть зробити інновації постійною практикою.

### **Інформаційні джерела**

1. Державська, А. В. Формування інноваційної стратегії підприємства. Міжнародне науково-технічне співробітництво: принципи, механізми, ефективність : збірник праць XIV Всеукраїнської науково-практичної конференції, 15-16 березня 2018 року, м. Київ .2018. С. 45.
2. Чан Ким. Стратегія блакитного океану. М: 2017. 336 с.