

УДК 330.3(477)

Гаржа М.С., аспірант спеціальності 051 Економіка
Науковий керівник: Терехов Є.В., канд. екон. наук, доцент кафедри прикладної економіки, підприємництва та публічного управління
(Національний технічний університет «Дніпровська політехніка», м. Дніпро, Україна)

ТЕОРЕТИЧНА СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

У сучасному світі, де економічні умови постійно змінюються, промислові підприємства зіштовхуються з рядом викликів, пов'язаних з підтримкою та підвищенням своєї конкурентоспроможності. Здатність до ефективного управління цими викликами є критичною для збереження і розвитку бізнесу в умовах структурних змін в економіці. Актуальність проблеми формування ефективних механізмів інноваційного розвитку пов'язана з необхідністю впровадження в повсюдну відбудову України інноваційної моделі розвитку національної економіки. В той же час, темпи інноваційних змін, наявна технологічна структура економіки, невідповідність значної частини вітчизняної продукції та послуг сучасним споживчим стандартам, свідчать про недостатню увагу законодавчої та виконавчої гілок влади, органів місцевого самоврядування до механізмів створення інновацій та їхнього подальшого впровадження. На наш погляд, вирішення зазначених проблем повинно бути пов'язано з подальшим дослідженням теоретико-прикладних основ інноваційного розвитку з метою їх застосування при виборі моделі інноваційної національної економіки на мікро, мезо та макрорівнях.

В науковій літературі поняття «стратегія інноваційного розвитку» визначається як система цілеспрямованих дій та напрямків, спрямованих на створення, впровадження та розвиток інноваційних рішень у певній сфері або організації (табл. 1).

Таблиця 1

Категоріальна сутність "Стратегії інноваційного розвитку"

Автор	Визначення
Michael Porter [1]	Система цілеспрямованих дій, спрямованих на створення та впровадження новаторських рішень, які забезпечують підприємству конкурентні переваги та дозволяють здійснювати успішний вихід на ринок.
Peter Drucker [2]	Процес, який орієнтований на постійне вдосконалення та творчий розвиток бізнесу, зокрема шляхом впровадження нових ідей, технологій та підходів, що сприяють підвищенню ефективності та конкурентоспроможності підприємства.
Clayton Christensen [3]	Полягає в створенні та впровадженні дисруптивних технологій та рішень, які перетворюють традиційні галузі та ринки, дозволяючи підприємствам отримувати конкурентні переваги та визначати нові стандарти у своїй галузі.
Henry Chesbrough [4]	Процес, що передбачає активне впровадження відкритих інноваційних підходів, які залучають зовнішні ресурси та знання для створення та розвитку інновацій, сприяючи збільшенню конкурентоспроможності підприємства.

Узагальнюючи визначення «стратегії інноваційного розвитку» від вищезазначених авторів, можна зазначити, що всі вони розглядають її як процес спрямований на впровадження нових ідей, технологій та підходів з метою підвищення конкурентоспроможності підприємства. Водночас складність даного процесу зумовлює акцитування уваги на різних аспектах та підходах:

Так Генрі Чесбро підкреслює важливість відкритості та залучення зовнішніх ресурсів і знань для створення та розвитку інновацій. Його підхід базується на концепції "відкритої інновації", де компанії активно співпрацюють з іншими організаціями та використовують зовнішні джерела для стимулювання інновацій.

Клейтон Крістенсен фокусується на дисруптивних технологіях та рішеннях, які перетворюють традиційні галузі та ринки. Він акцентує на тому, що інновації можуть змінювати правила гри у сфері бізнесу і дозволяють підприємствам отримувати конкурентні переваги.

Пітер Дракер визначає стратегію інноваційного розвитку як процес постійного вдосконалення та творчого розвитку бізнесу через впровадження нових ідей, технологій та підходів. Він підкреслює важливість ефективного управління цим процесом з метою підвищення ефективності та конкурентоспроможності підприємства.

Майкл Портер розглядає стратегію інноваційного розвитку як систему цілеспрямованих дій, спрямованих на створення та впровадження новаторських рішень, що забезпечують підприємству конкурентні переваги та дозволяють здійснювати успішний вихід на ринок. Він підкреслює важливість аналізу конкурентного середовища та розробки унікальної стратегії, яка дозволить підприємству зайняти сильну позицію на ринку.

Отже, відмінності визначення стратегії інноваційного розвитку відображають різні аспекти підходів до інноваційного менеджменту, такі як відкритість до зовнішніх джерел знань, зміна бізнес-моделей, постійне вдосконалення бізнесу та аналіз конкурентного середовища. Водночас у своїх працях усі вони погоджуються, що основними складові процесу розробки та реалізації стратегії інноваційного розвитку підприємства є: чіткість формулювання цілей та завдань – визначення мети інноваційного розвитку, конкретних завдань, які потрібно вирішити для досягнення цієї мети; застосування механізму стратегічного планування – розробки довгострокових планів і дій для впровадження інновацій, визначення ключових етапів та прийняття рішень щодо ресурсів, бюджету і термінів; забезпечення необхідними ресурсами і засобами, які будуть використані для реалізації стратегії; створення технологічної та наукової бази – наявність або розробка нових технологій, знань та наукових досягнень, які будуть використані для створення інноваційних продуктів або послуг; запровадження маркетингу і комерціалізацію продукції – розробка стратегії впровадження і продажу інноваційних продуктів або послуг на ринку, включаючи аналіз ринкових умов, конкурентоспроможність та стратегії ціноутворення; перманентне оцінювання та контроль результатів інноваційного розвитку, виявлення сильних та слабких сторін стратегії.

Таким чином загальному розумінні, стратегія інноваційного розвитку визначається як процес заснований на застосуванні комплексної системи планів, дій та ресурсів, спрямованих на створення інновацій та впровадження нових ідей, технологій та підходів з метою забезпечення конкурентоспроможності організації або сфери діяльності в умовах структурних змін в економіці.

Перелік посилань

1. Porter, M. E. *The Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. NY: Free Press, 1985.
 2. Drucker, P. F. *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*. *Personnel Strategies and Productivity Improvement*. 1986. Vol. 10. №. 1. pp. 105-109
 3. Christensen C. *The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail*. Harvard Business School Press, 1997 225 p.
 4. Chesbrough, H. W. *Open innovation : the new imperative for creating and profiting from technology*. Boston: Harvard business school press. 1992. 245 p.
- УДК 631.1.011.1