

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ЯК ОСНОВА СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ

Шулепова Ю. С.

Підприємці реалізуються через таку організаційно-економічну ланку, як підприємство. Це заводи і фабрики, банки і універмаги, наукові і дослідницькі інститути, магазини, шахти і ферми. Вони є самостійними господарськими суб'єктами, мають право юридичних осіб і займаються виробничою, науково-дослідною і комерційною діяльністю з метою одержання прибутку. Оскільки підприємство є багатофакторною і багатофункціональною системою, то існує багато підходів і критерій класифікації підприємств.

Для підприємств, які функціонують в умовах ринкової економіки, ринок диктує свої вимоги, невиконання яких може привести до їх загибелі. До них відносяться виконання принципів: економічності, прибутковості, стійкості, продуктивності діяльності і т.д. Досягнення успіху на ринку можливе тільки при ефективному використанні ресурсів в умовах їх обмеження, чіткої взаємодії виробничих факторів для досягнення потрібного об'єму реалізації продукції при інших даних показника. Залежно від конкретних обставин, підприємство може ставити певні стратегічні цілі:

- максимізувати результат діяльності при даному об'ємі виробництва;
- мінімізувати витрати ресурсів при обмеженні об'єму результату;
- оптимізувати витрати і результати в оптимальному взаємовідношенні.

Для діючого підприємства, що склалося, чи то сфера виробництва чи сфера послуг, головним в словосполученні «підприємницьке управління» є слово «підприємницьке».

Підприємців відрізняє інноваційний тип мислення. Інноваційність – особливий інструмент підприємництва. Саме підприємництво, як дія направлена на те, щоб вдихнути в наявні ресурси нові властивості з метою створення благ. Більш того, в ході нововведень створюється ресурс. Ресурсу як такого не існує до тих пір, поки людина не відшукає в природі що-небудь корисне і не наділить його економічною цінністю. У економіці немає ресурсу вагомішого, ніж

«купівельна спроможність», а створюється вона підприємцем-новатором.

Інноваційний підхід до ресурсів є ефективним засобом отримання додаткових вигод.

Можна виділити сім джерел інноваційних ідей.

Перші чотири джерела можна віднести до внутрішніх, вони знаходяться в рамках підприємства (виробничого або не виробничого), в межах галузі промисловості або сфери послуг. Такі джерела очевидні для людей, що працюють на даному підприємстві або в даній галузі. По своїй суті вони є симптомами. У той же час вони служать високонадійними індикаторами змін, які або відбулися, або можуть бути приведені при найнезначішних витратах сил. До цих джерел відносяться:

- 1) несподівана подія (для підприємства або галузі) – несподіваний успіх, несподівана невдача, несподіване зовнішні подія;
- 2) неконгруентність – невідповідність між реальністю, якою вона є насправді, і нашими уявленнями про неї («такий, який він повинна бути»);
- 3) нововведення, засновані на потребі процесу;
- 4) раптові зміни в структурі галузі або ринку.

Наступні три джерела нововведень справедливо буде назвати зовнішніми, оскільки вони мають своє походження поза даним підприємством або даною галуззю:

- 5) демографічні зміни;
- 6) зміни в сприйняттях, настроях і ціннісних установах;
- 7) нові знання (як наукові, так і ненаукові).

Отже, можна зробити такі висновки. Для існування і розширення в економіці, підприємство має виконувати певні умови, які диктує ринок. Основою будь-якого підприємства є його управління. Для успішної діяльності, підприємства розробляють стратегії. Особливим інструментом підприємництва є інноваційність. Можна сказати, що інноваційний підхід є найефективнішим засобом отримання додаткових вигод.