



საბაზრო პირობებში ფირმის ინოვაციური სტრატეგიის თავისებურებანი

რეზიუმე

ლუარა გვაჯაია

სტუდ. პროფესორი

E-mail: luara.gvajaia@mail.ru

სტატიაში განხილულია ინოვაციური სტრატეგიის სისტემის ვარიანტები და მიმართულებები, ძირითადი თავისებურებანი, რომლებიც გამოდინარეობენ საბაზრო ეკონომიკის პირობებში საწარმოს საერთო სოციალურ-ეკონომიკური მიზნებიდან და ინოვაციური ამოცანებიდან. ინოვაციური სტრატეგია უპირველესად დამოკიდებულია სამეცნიერო-კვლევით და საცდელ-საკონსტრუქტორო სამუშაოებზე, რაც ხორციელდება სხვადასხვა სტრატეგიის გამოყენებით.

საბაზრო პირობებში ინოვაციური სტრატეგიის პორტფელის ფორმირების ძირითადი მიზანია მოგების მაქსიმიზაცია, ბაზარზე ხვედრითი წილის გადიდება და სტაბილური მდგომარეობის მიღწევა, კონკურენტუნარიანობის გაზრდა. სტატიაში აღნიშნულია ბაზარზე წარმატების მიღწევისათვის სტრატეგიის ძირითადი მახასიათებლები.

საკვანძო სიტყვები: ინოვაციური სტრატეგია, ინოვაციური პორტფელი, საბაზრო პირობები, სამეცნიერო კვლევები და დამუშავებები, კონკურენტუნარიანობა, მოგების მაქსიმიზაცია, მეცნიერებატევადობის სტრატეგია, წარმოების მასშტაბების ზრდა.

ძირითადი ტექსტი

საწარმოს საერთო სტრატეგიული ორიენტაცია უშუალო გავლენას ახდენს ინოვაციური სტრატეგიის ფორმირებაზე. ინოვაციური სტრატეგიების სისტემამ უნდა გაითვალისწინოს საწარმოს ინოვაციური საქმიანობის სხვადასხვა ვარიანტები და ის ფაქტორები, რომლებიც ახდენენ მათზე გავლენას. ეს ფაქტორებია: სამეცნიერო-ტექნიკური პოტენციალი, საცდელ-ექსპერიმენტული ბაზის განვითარების დონე, არამატერიალური აქტივების მდგომარეობა, შესრულებული სამეცნიერო-ტექნიკური სამუშაოები, გამოსაშვები პროდუქციის სტრუქტურა ბაზრის წილის გათვალისწინებით, სასიცოცხლო ციკლის სტადია.

საწარმოს ინოვაციური სტრატეგია შეიძლება დაიყოს ორ ჯგუფად: 1- სამეცნიერო-კვლევითი და საცდელ-საკონსტრუქტორო სამუშაოების

(სკსსს) განხორციელების სტრატეგია და 2-სიახლეების სტრატეგია და ადაპტაცია [2].

სამეცნიერო-კვლევითი და საცდელ-საკონსტრუქტორო სამუშაოების განხორციელების სტრატეგია დაკავშირებულია საწარმოს მიერ კვლევებისა და დამუშავებების ჩატარებასთან. ისინი განსაზღვრავენ იდეების დასესხების, სკსსს-ის ინვესტირების საკითხებს, მათ ურთიერთკავშირს არსებული პროდუქციის სახეობთან და პროცესებთან.

სკსსს-ის სტრატეგია ითვალისწინებს შემდეგი სახის სტრატეგიების განხორციელებას:

- სალიცენზიო სტრატეგია - გამოიყენება მაშინ, როდესაც საწარმო სკსსს-ის სფეროში თავის საქმიანობას წარმართავს სამეცნიერო-ტექნიკური ან სხვა ორგანიზაციებიდან კვლევითი ლიცენზიების შეძენის მიმართულებით; შეიძლება შეძენილი იქნეს როგორც დაუმთავრებელი, ისე დამთავრებული დამუშავებული კვლევა მათი შემდგომი განვითარებისა და გამოყენებისათვის საკუთარი სკსსს-ის განხორციელების პროცესში. ამ გზით საწარმო დებულობს შედეგებს უფრო მოკლე ვადეში და ზოგ შემთხვევაში უფრო ნაკლები დანახარჯებითაც.

- კვლევითი ლიდერობის სტრატეგია - მიმართულია საწარმოს მოწინავე პოზიციების ხანგრძლივი დროით შენარჩუნებისაკენ. ასეთი სტრატეგია ითხოვს მუდმივ ინვესტიციებს ახალ სკსსს-ში, რაც საკმაოდ რთულია საწარმოებისათვის, სადაც შედარებით დაბალ დონეზეა სამეცნიერო-კვლევითი-ტექნიკური სამუშაოების წარმოება.

- სასიცოცხლო ციკლის მიდევნების სტრატეგია - ნიშნავს იმას, რომ სკსსს მკაცრად არის მიჯაჭვული პროდუქციის სასიცოცხლო ციკლებზე და საწარმოს მიერ გასატარებელ პროცესებზე. ეს იძლევა საშუალებას მუდმივად დაგროვდეს სკსსს-ის შედეგები, რომლებიც შესაძლოა გამოყენებული იქნეს მოტხოვნის არმქონე პროდუქტების და პროცესების დროულად შესაცვლელად.

- პარალელური დამუშავების სტრატეგია



- ითვალისწინებს მზა პროდუქტის ან პროცესის ტექნოლოგიური ლიცენზიის შესყიდვას, რის შედეგად ხდება ფორსირებულად მისი საცდელი ათვისება საკუთარი დამუშავებების გათვალისწინებით. ასეთი სტრატეგია ხელს უწყობს ინოვაციურ განვითარებას საკუთარ საფუძველზე, ზრდის ბაზარზე საკუთარ წილს და შესაბამისად საწარმოს საქმიანობის ეფექტიანობას;

- წინმსწრები მეცნიერებატევადობის სტრატეგია - გამოიყენება იმ საწარმოს მიერ, რომლისთვისაც დამახასიათებელია მისწრაფება პროდუქციის მეცნიერებატევადობის მუდმივი ზრდისაკენ. იგი შეიძლება გამოყენებული იქნეს კონკურენტული ბრძოლის პირობებში, როდესაც მნიშვნელობა ენიჭება ახალი პროდუქტის შემოსვლას ბაზარზე ან იმ პერიოდებში, როდესაც მნიშვნელოვანია დადგინდეს სხვა საწარმოებში ფასისა და წარმოების დანახარჯების შემცირების საკითხები.

მეორე ჯგუფი სტრატეგიისა - სიახლეთა დანერგვისა და ადაპტაციის სტრატეგია - იყოფა რამდენიმე ძირითად სახეობად, ესენია:

- პროდუქტული რიგის მხარდაწერის სტრატეგია - მდგომარეობს საწარმოს მისწრაფებაში - გააუმჯობესოს გამოსაშვები ტრადიციული პროდუქციის სამომხმარებლო თვისებები, რომლებიც ჯერ კიდევ არ განიცდის მორალურ სიბერეს;

- ტექნოლოგიური პოზიციების შენარჩუნების სტრატეგია - გამოიყენება იმ საწარმოების მიერ, რომელთაც უკავიათ მყარი კონკურენტული პოზიციები, მაგრამ გარკვეული მიზეზების გამო ზოგიერთ ეტაპზე განიცდიან ძლიერ და მოულოდნელ დაწოლას კონკურენტებისაგან, არ გააჩნიათ შესაძლებლობა ჩადონ აუცილებელი სახსრები წარმოებისა და პროდუქციის განახლებაში. ასეთი სტრატეგია არ შეიძლება იყოს წარმატებული გრძელვადიანი პერსპექტივით;

- პროდუქტული და პროცესული იმიტაციის სტრატეგია - ეყრდნობა იმას, რომ საწარმო სხვისგან „სესხულობს“ ტექნოლოგიას. თუ კი ეს ტექნოლოგია მოძველების სტადიაშია, მაშინ შეიქმნება მოძველებული პროდუქციის გამოშვების საფრთხე. ეს სტრატეგია შეიძლება გახდეს ეფექტიანი იმ შემთხვევაში, როდესაც საწარმო ძლიერ ჩამორჩება კონკურენტებს თავისი სამეცნიერო-ტექნიკური პოტენციალით ან შედის მისთვის ახალი ბიზნესის სფეროში;

- სტადიური დაძლევის სტრატეგია -

ითვალისწინებს ტექნოლოგიური განვითარების უმაღლეს სტადიაზე გადასვლას დაბალი სტადიების გარეშე. ის მჭიდროდაა დაკავშირებული იმიტაციურ სტრატეგიასთან, ასევე წინმსწრები მეცნიერებატევადობის სტრატეგიასთან, ისინი გამოიყენება როგორც სტრატეგიის რეალიზაციის საშუალებები;

- ტექნოლოგიური ტრანსფერის სტრატეგია - რეალიზდება ვერტიკალურად ინტეგრირებული სტრუქტურების სათავე საწარმოების მიერ, რომლებიც გადასცემენ სტრუქტურაში შემავალ მცირე საწარმოებს უკვე დამუშავებულ ტექნოლოგიებს;

- ბაზარზე მიდევნების სტრატეგია - საწარმოს ხდის მიზანმიმართულს უფრო რენტაბელური და მოცემული მომენტისათვის ბაზრის მოტხოვნილების მქონე პროდუქციის გამოსაშვებად; რადიკალური წინგასწრების პროდუქცია - გამოიხატება საწარმოს ქმედებაში და მის მისწრაფებაში პირველი გავიდეს ბაზარზე რადიკალურად ახალი პროდუქციით (ან ახალი მეთოდით დამზადებულით). ასეთი სტრატეგიის განხორციელება ძალიან ძვირი ჯდება და დიდ რისკთან არის დაკავშირებული.

ინოვაციური სტრატეგიის პორთფელის ფორმირების საფუძველია საწარმოს საერთო სოციალურ-ეკონომიკური მიზნები და ინოვაციური ამოცანები. მოგების მიღება და მისი მაქსიმიზაცია წარმოადგენენ საწარმოს ძირითად მიზანს საბაზრო ეკონომიკის პირობებში. კონკრეტული მიზნებისათვის ინოვაციური სტრატეგიის პორტფელი ფორმირდება ინოვაციური განვითარების დონის გათვალისწინებით.

საწარმოს ინოვაციური სტრატეგიის პორტფელის ფორმირების საერთო სოციალურ-ეკონომიკური მიზნები შეიძლება იყოს წარმოების მასშტაბების ზრდა, ბაზარზე ხვედრითი წილის გადიდება სტაბილური მდგომარეობის მიღწევა, ახალი ბაზრების ათვისება.

წარმოების მასშტაბების ზრდის მისაღწევად გამოიყენება სხვადასხვა სტრატეგია ინოვაციური განვითარების ფაქტორების სხვადასხვა დონეების შესაბამისად. მაღალი დონის შემთხვევაში მიზანშეწონილად წინგამსწრები მეცნიერებატევადობის - კვლევითი ლიდრობის, რადიკალური წინგასწრების სტრატეგიის გამოყენება, რაც ხელს შეუწყობს ინტენსიურ განვითარებას.



THE SPECIFICATIONS OF AN INNOVATION STRATEGY IN THE MARKET CONDITIONS

LUARA GVAJAIA

Professor of GTU

E-mail: luara.gvajaia@mail.ru

Summary

The article considers variants and directions of an innovation strategy, as well as its specifications that stem from general socio-economic aims and innovation goals of entrepreneurship in the conditions of the market economy. The innovation strategy first of all depends of scientific research and trial or construction works. These works are implemented by means of different strategies.

The basic goal of development of portfolio of innovation strategy (in the market conditions) is to maximize profit, increase market share, achieve stable condition and improve competitiveness. The article considers the basic specifications of strategy that is necessary for successful operation at the market.

Keywords: innovation strategy, innovation portfolio, market conditions, scientific research and developments, competitiveness, maximization of profit, strategy of scientific sustainability, grow of scale of entrepreneurship.