

УДК 330.341.1

*Чайка М.С.,  
Черкаський національний університет  
імені Богдана Хмельницького  
Уманська В.Г.,  
к.е.н., доцент  
Черкаський національний університет  
імені Богдана Хмельницького*

## **ТИПИ СТРАТЕГІЙ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЇХ ОСОБЛИВОСТІ**

У сучасних умовах господарювання роль інноваційних стратегій постійно зростає, оскільки саме нововведення визначають всі інші напрями розвитку підприємства. Це зумовлює необхідність підвищувати увагу керівництва підприємства до питань освоєння специфічних інструментів управління нововведеннями, стимулювання новаторських зусиль, підтримку комунікацій, створення партнерства у сфері нововведень.

Інноваційна стратегія являє собою систему довгострокових цілей інноваційної діяльності підприємства, обумовлених загальними задачами його розвитку й інноваційною ідеологією, а також вибір найбільш ефективних шляхів їхнього досягнення [1].

При розробці стратегії інноваційного розвитку підприємства слід враховувати, що інноваційна діяльність є досить специфічним видом господарської діяльності, яку характеризують принципи, що відрізняють її від традиційної виробничої діяльності, а саме:

- досить невеликий відсоток успішних інновацій;
- доцільність окремого бюджету та страхового резерву;
- доцільності, відмінних від традиційних, враховуючі специфічні риси інноваційної діяльності;
- відсутність зворотного зв'язку протягом тривалого часу між результатами і витратами ресурсів.

Основа розроблення інноваційної стратегії ґрунтується на теорії життєвого циклу виробництва, ринковій позиції підприємства та його науковотехнічній

політиці. Вирізняють такі основні типи стратегій інноваційного розвитку підприємства [4]:

–стратегія наступу характерна для підприємств, діяльність яких базується на принципах підприємницької конкуренції. Вона пов'язана з їх прагненням досягти технічного й ринкового лідерства шляхом створення та впровадження нових продуктів. Особливістю наступальної інноваційної стратегії є активна участь співробітників підприємства у створенні та впровадженні інновацій;

–стратегія захисту спрямована на те, щоб утримати конкурентні позиції підприємств на вже наявних ринках. Головна ідея такої стратегії – оптимізація співвідношення “витрати – ефект” у виробничому процесі;

–стратегія імітації використовується підприємствами, які не є піонерами у випуску на ринок тих або інших нововведень, але долучилися до їх створення, придбавши у фірми-піонера ліцензію;

–залежна стратегія характер технологічних змін у даному випадку залежить від політики підприємств, які виступають як “батьківські” стосовно “залежних” підприємств, які не роблять спроб змінити свою продукцію, оскільки вони тісно пов'язані із вимогами головної організації.;

–традиційна стратегія – цей тип стратегії не передбачає значних технологічних змін, тому він лише умовно належить до інновацій. Часто виробництва стають традиційними внаслідок закріплення за ними певних інноваційних форм на тривалий період їх життєвого циклу;

–стратегія “за нагодою” або стратегія «ніші» є реакцією керівництва на зовнішні сигнали ринку чи інституційного середовища. Інноваційна діяльність тут полягає в пошукові інформації щодо можливостей, які з'являються у підприємства за нових обставин, знаходженні особливих ніш на наявних ринках товарів і послуг, що мають споживача з нетиповим, але значущим різновидом потреб.

Інноваційні стратегії через свої особливості є, з одного боку, ефективним управлінським інструментом, а з іншого – створюють низку складних умов в управлінні організацією, зокрема:

–підвищений рівень невизначеності кінцевих результатів за строками, витратами, якістю й ефективністю, що потребує розвитку такої специфічної функції, як управління інноваційними ризиками;

–підвищення інвестиційних ризиків проектів і особливо довгострокових, що потребує пошуку більш ризикових інвесторів;

–збільшення потоку змін в організації, реалізація будь-якої інноваційної стратегії пов'язана з неминучістю перебудови (реструктуризації) організації, оскільки зміна в системі будь-якого елемента веде до змін стану всіх інших.

Серед об'єктивних обмежень стратегії інноваційного розвитку варто відзначити такі: рівень існуючих фінансових ресурсів, розмір прийнятного ризику, відносини в межах виробничих зв'язків підприємств, протидія конкурентів, потенційні здібності персоналу підприємства.

Отже стратегія інноваційного розвитку підприємств, що діє в ринковій економіці, має свої особливості і тому її вибір залежить від великої кількості факторів. Це вимагає стратегічної спрямованості інноваційної діяльності підприємств і визначення змісту інновацій, адекватних інтересам споживачів.

*Список використаних джерел:*

1. А. С. Гальчинський, В. М. Геєць, та А. К. Кінах, Інновації як стратегія українських реформ. Київ, Україна: Знання України, 2002.

2. Г. О. Андрощук, І. Б. Жилияєв, Б. Г. Чижевський, та М. М. Шевченко, Матеріали Парламентських слухань у ВРУ щодо Стратегії інноваційного розвитку України на 2010-2020 роки в умовах глобалізаційних викликів. Київ, Україна: Парламентське вид-во, 2009.

3. К. Ю. Вергал, “Механізм стратегічного інноваційного розвитку підприємства”, на XII Всеукр. наук.- метод. конф. Проблеми економічної кібернетики, Львів, 2007, с. 31-32.

4. В. В. Стадник та М. А. Йохна, Інноваційний менеджмент. Київ, Україна: Академвидав, 2006.