

## **СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА**

Дедалі більше підприємств, в сучасних умовах жорсткої конкурентної боротьби, починають використовувати інноваційні підходи в розвитку, коли результати науково-технічного прогресу, інтелектуальний капітал підприємства та технології постають важливими рушіями інноваційного прогресу та цінними ресурсами.

Інноваційний розвиток – процес не випадковий, а навпаки, передбачає слідування певній стратегії підприємства, на основі якої виконуються певні тактичні завдання. Розробці стратегії інноваційного розвитку повинна приділятися надважлива увага, так як стратегія розрахована на довготривалий проміжок часу. Для її впровадження необхідний час, щоб відслідковувати наслідки її застосування, позитивні та негативні сторони, а також визначити пріоритети інноваційного розвитку на подальші роки. Таким чином, стратегія інноваційного розвитку підприємства – це довготривалий комплекс інноваційних рішень та методів управління інноваційною діяльністю, що надає конкурентних переваг.

За характером, стратегії інноваційного розвитку підприємства можна поділити на декілька видів [2]:

- традиційна стратегія інноваційного розвитку, яка передбачає нововведення щодо товарів та послуг, зміну їх якості;

- імітаційна стратегія інноваційного розвитку – підприємство купує ліцензію на використання певних нових технологій, які вже використовуються іншими компаніями, що також покращує виробничий процес;

- оборонна стратегія інноваційного розвитку – компанія постійно покращує техніко-технологічний рівень виробництва, але не намагається при цьому перевершити усіх конкурентів та стати лідером ринку, мета – утримати свої позиції;

- наступальна стратегія інноваційного розвитку – зусилля в компанії спрямовуються на підвищення позицій серед конкурентів, для чого залучається висококваліфікований персонал та впроваджуються передові технології виробництва, а також удосконалюється організаційна структура;

- опортуністська стратегія інноваційного розвитку – компанія винаходить такий товар або послугу, які ще не впроваджені на даному ринку, та це дає змогу одному певний час панувати на ринку або в його ніші.

Вибір конкретної інноваційної стратегії підприємства залежить від зовнішнього і внутрішнього середовища. Також важливим при виборі стратегій є ресурси компанії. Так, наприклад, наступальну стратегію інноваційного розвитку переважно застосовують підприємства з великим потенціалом розвитку, фінансовими ресурсами, володінням передовими технологіями та висококваліфікованим персоналом. Тобто, для малих та середніх підприємств

ці стратегії є нетиповими, їх частіше використовують багатонаціональні підприємства [1].

Взагалі на вид стратегії інноваційного розвитку підприємств та самі інновації впливає той набір ресурсів та інструментів, якими володіє компанія. На їх основі після проведення аналізу оцінюється інноваційний потенціал, з якого робиться висновок про можливі нововведення.

Виділяють шість етапів інноваційного розвитку підприємств [4].

Соціально-психологічний етап включає в себе перекваліфікацію персоналу, покращення рівня їх професійної підготовки, не менш важливим є формування позитивного ставлення колективу до інноваційних змін.

Організаційно-управлінський етап передбачає вдосконалення організаційної структури та зв'язків між підрозділами, а також може змінюватись тип контролю за процесами. Це можуть бути як радикальні зміни, так і лише невеликі покращення.

На маркетинговому етапі можливі пошук нових ринків збуту, спрямування певних товарів чи послуг в ті ніші ринку, які не є традиційними для даного товару чи послуги. Також інновації можуть стосуватися удосконалення процесу взаємодії з партнерами компанії.

Економічний етап характеризується здатністю змінювати фінансові інструменти, способи планування, що призведе, наприклад, до зниження собівартості продукції.

Застосовуючи інструменти виробничого етапу, підприємство може впроваджувати інновації у виробничі потужності, змінювати або покращувати матеріали для виробництва тощо. Останнім, шостим, є науково-технічний етап, де проводяться наукові дослідження та певні розробки, змінюється технологія.

В основі всіх стратегій інноваційного розвитку лежать певні альтернативи: зростання, скорочення або обмежене зростання. Підприємства в умовах ринку, що часто змінюється, для оперативного реагування на зміни дещо модифікує інноваційні стратегії, комбінуює елементи та дієві механізми з декількох, що приносить максимальний ефект [1].

При застосуванні активних наступальних стратегій інноваційного розвитку підприємств, ризик такої діяльності набагато вищий, ніж при пасивних, захисних стратегіях. Але чим вищий ризик, тим більший шанс високого успіху проекту. Обравши певну стратегію інноваційного розвитку компанія повинна детально проаналізувати всі подальші кроки для імплементації проекту. Таким чином, весь інноваційний проект можна поділити на умовні підсистеми або рівні. Першим нульовим рівнем виступатиме загальне бачення стратегії, визначення критеріїв досягнення поставлених завдань. На першому рівні формується структура обраної стратегії, тобто, вона розподіляється на шість етапів інноваційного розвитку. А вже на другому рівні розподіляються інноваційні проекти в залежності від попередніх етапів. Кількість проектів у стратегії може варіюватися. Наприклад, буде обрано три інноваційні проекти для науково-технічного етапу, а для організаційно-управлінського блоку змін не передбачатиметься. Встановлюється також пріоритетність проектів.

При побудові стратегії інноваційної розвитку компанії на ринку необхідно враховувати певні критерії [3]:

- ринок, на якому планується здійснювати збут продукції, ступінь географічної диференціації цього збуту;
- частка ринку, яку підприємство прагне зайняти;
- обрані цінові стратегії;
- загальна стратегія компанії;
- якість людського капіталу організації, ступінь кваліфікації робочої сили для подолання конкурентного натиску;
- портрет споживачів (поведінка на ринку, ресурси та ін.).

Залежно від обраної інноваційної стратегії розвитку та певних конкретних інноваційних проектів формується модель інноваційного розвитку компанії. Наприклад, це може бути модель інновації продукції, але в свою чергу ця модель передбачає і технологічні зміни на виробництві та певні організаційні зміни. Тобто, можна зробити висновок, що інноваційна модель не завжди стосується конкретних нововведень, а все частіше тягне за собою інші інновації та покращення [5]. Потрібно розуміти, які переваги приносить інноваційний розвиток. Перш за все, покращується конкурентоспроможність продукції, з'являються нові ринки збуту у міжнародному просторі, можливе зменшення собівартості виробництва, що призводить до збільшення прибутковості.

Інноваційний розвиток підприємства повинен бути безперервним, адже постійно на світ з'являються нові нововведення, що є результатами НДДКР. Тож важливими є своєчасне реагування та оцінка новизни інновацій, їх доцільність втілення, наслідком чого буде ступінь конкурентоспроможності інновації.

### Список використаних джерел

1. Бжуска Я. Інноваційні моделі бізнесу. URL: [http://vlp.com.ua/files/05\\_34.pdf](http://vlp.com.ua/files/05_34.pdf)
2. Богацька Н. М., Дембіцька О. Аналіз інноваційної стратегії розвитку підприємства. *Економічні науки*. 2018. №10 URL: [http://www.rusnauka.com/35\\_OINBG\\_2018/Economics/73899.doc.htm](http://www.rusnauka.com/35_OINBG_2018/Economics/73899.doc.htm)
3. Вергун В. Сучасні інноваційні стратегії ТНК і синергетичний ефект «технологізації». *Сталий розвиток економіки*. 2014. №4. С. 50-57.
4. Микитюк П. П., Крисько Ж. Л., Овсянюк-Бердадіна О. Ф., Скочиляс С. М. Інноваційний розвиток підприємства: уавчальний посібник. Тернопіль: ПП «Принтер Інформ». 2015. URL: <http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/684/1.pdf>
5. Novikov E. Innovations in the Company – Ensuring the Quality of Economic Growth. *Journal of applied economic sciences*. 2015. №5. P.13-19.