

## ВИДИ ІННОВАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

© Н.М. Сиротинська, 2014

В умовах високої конкуренції обов'язковою умовою сталого розвитку підприємств є впровадження інновацій. Успіх інновацій на ринку безпосередньо залежить від того, наскільки правильно підприємством обрана інноваційна стратегія. Інноваційна стратегія – це перспективний план інноваційної діяльності підприємства, орієнтований на досягнення місії організації. При формуванні інноваційної стратегії вітчизняним машинобудівним підприємствам необхідно враховувати теорію життєвого циклу товару, власні ринкові позиції та інноваційний потенціал.

В економічній літературі виділяють такі три основні типи інноваційних стратегій:

- наступу;
- захисту;
- імітаційна;
- диверсифікації;
- змішана.

Стратегія наступу є притаманною підприємствам, які бажають досягти статусу лідера завдяки впровадженню піонерних інновацій. Обрати цю стратегію можуть підприємства, які володіють достатнім інноваційним потенціалом, мають гарний фінансовий стан та інформацію про останні досягнення науки й технології у світі.

Стратегія захисту використовується підприємствами, які бажають втримати власні конкурентні позиції на ринку завдяки впровадженню покращуючих інновацій, які вагомо удосконалюють якість продукції або технологічний процес. Вибір цієї стратегії дозволить підприємству уникнути надмірного ризику, так як обираються для покращення тільки перспективні піонерні інновації та враховуються всі помилки підприємств лідерів.

Імітаційна стратегія спрямована на впровадження псевдоінновацій, які не сприяють суттєвій зміні якості продукції, ні технологічного процесу, а формуються для задоволення поточних вимог покупців продукції. Ця стратегія може бути вдалою, якщо підприємство володіє стабільними ринковими нішами та має можливість виготовляти товар-імітатор з меншими витратами виробництва.

Стратегія диверсифікації передбачає створення нових товарів та вихід на нові ринки збуту завдяки освоєнню підприємством нових видів виробництв. Диверсифікація може бути як горизонтальною, так і вертикальною. Горизонтальна диверсифікація передбачає впровадження інновацій, які не пов'язані з товарами, що виготовлялися раніше. Вертикальна диверсифікація полягає у розширенні асортименту продукції за рахунок впровадження інновацій, які в технологічному аспекті пов'язані з товарами, що виготовлялися раніше.

Змішана інноваційна стратегія передбачає поєднання різних стратегій при реалізації декількох інноваційних проектів щодо різних видів продукції підприємства.

Обрання підприємством конкретної інноваційної стратегії здійснюється з урахуванням зовнішніх та внутрішніх умов існування підприємства. Стратегія підприємства, яке планує масштабне захоплення ринків та володіє для цього необхідним інноваційним потенціалом, безперечно буде відмінною від стратегії підприємства, яке володіє обмеженими фінансовими ресурсами. Проведені дослідження дозволили виявити, що основними цілями, які переслідують підприємства при формуванні інноваційної стратегії є: прибуток, зростання частки ринку, престиж. Інноваційна стратегія повинна бути відповідною загальній стратегії розвитку підприємства, враховувати ресурсні можливості та мати прийнятний рівень ризику.