

мислення (консервативне чи новаторське), інші. Зважаючи на те, що рішення можуть прийматися одноосібно, колегіально або колективно актуальність бази для прийняття управлінських рішень може бути ресурсом для будь якого з типів рішення, яке необхідно прийняти.

Формування інформаційної бази для прийняття управлінських рішень може бути інноваційним підходом в управлінні організацією. Хороша інформаційна забезпеченість необхідна складова якісного рішення, яке сприяє успішності організації та її діяльності. Безумовно, формування та використання інформаційної бази, яка створюється використовуючи знання з програмування, менеджменту, економічного аналізу тощо, потребує обов'язкового ресурсного забезпечення технікою та персоналом здатного навчатися та виконувати певні правила, а також є важливим ресурсом у прийнятті управлінських рішень.

**Поліна ДЕНИС (ДИШЛЬОВСЬКА)**

Тернопільський національний економічний університет  
м. Тернопіль

(науковий керівник: к.е.н., доцент кафедри  
менеджменту та публічного управління Демків І.О.)

## **ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ**

Наукові дослідження у сфері управління конкурентоспроможністю підприємств сьогодні зосереджуються навколо актуальної проблематики конкуренції за майбутнє, що потребує становлення нового стратегічного мислення та побудови системи управлінських впливів на макро- і мікроекономічному рівнях з позицій інноваційної моделі розвитку. Нинішня нестабільність ринкового середовища, зумовлена економічною кризою, призвела до необхідності перегляду цільових орієнтирів діяльності підприємств, зміни методів управління, а також посиленого аналізу впливу чинників зовнішнього і внутрішнього середовища на досягнення стратегічного успіху [1].

Основними чинниками низького рівня розвитку інноваційного процесу в Україні є декларативний характер державного стимулювання інноваційного розвитку, збереження залишкового принципу державного фінансування інноваційної сфери, недосконалість структури та низький рівень розвитку інституцій інноваційної інфраструктури, несприятлива кредитна політика комерційних банків, відсутність державної програми стимулювання інноваційних зрушень у промисловості, zdeформована науково-технічна база галузевої та корпоративної науки, збереження диспропорцій у сфері оновлення матеріально-технічної бази промисловості. Результатом такої

політики є відсутність у вітчизняних підприємств чітко окресленого спрямування свого бізнесу інноваційним шляхом розвитку, відображеного у інноваційній стратегії, оскільки вона визначає логіку розвитку підприємства з метою забезпечення його довготривалої конкурентоспроможності та прибутковості в мінливому ринковому середовищі. Така стратегія повинна формуватися як інноваційна бізнес-модель, що обиратиметься підприємством для усіх своїх видів на основі інновацій в усіх ланках ланцюжка вартості.

У цьому контексті необхідно підкреслити, що підприємствам для підвищення прибутковості свого бізнесу, окрім власне інвестування коштів у здійснення досліджень та розробок, насамперед, необхідно забезпечити їх ефективне використання відповідно до адекватної інноваційної стратегії. Основним протиріччям сфери інноваційного розвитку економіки нашої країни на усіх рівнях управління є те, що, з одного боку, Україна має доволі високий інноваційний потенціал, а з іншого – такі структуру економіки і механізми господарювання, у т. ч. насамперед на рівні підприємств, які цей потенціал не сприймають і не зреалізують. Відтак, інноваційна проблема в Україні – це не лише традиційна проблема грошей та інституцій, а й проблема ефективного менеджменту (насамперед – стратегічного), який повинен задавати вектор і визначати загальну програму дій щодо здійснення інвестицій в інновації на підприємстві в усіх ланках ланцюжка вартості кожного виду бізнесу підприємства.

Підтвердженням ролі розроблення та запровадження інноваційних стратегій на підприємствах у забезпеченні їх конкурентоспроможності та прибутковості є те, що у більшості країн стимулюється не інноваційний розвиток загалом, а, насамперед, високий рівень інноваційного сприйняття через запровадження стратегічного менеджменту і, зокрема, планування. Дослідження зарубіжних економістів переконливо свідчать, що основна частина зростання ВВП сьогодні пов'язана не з капітальними вкладеннями, а з технологічними нововведеннями, з сприйнятливістю підприємств і економіки загалом до інновацій. Цьому слугують інноваційні стратегії, які, на нашу думку, і мають визначати логіку корпоративної і портфельної поведінки підприємств на основі інновацій. Це означає, що обґрунтування напрямів та втілення в управлінську практику системи інновацій з метою забезпечення конкурентоспроможності підприємства має відбуватися через стратегію – певний стратегічний набір/портфель, в якому, на відміну від його класичного варіанту, стратегія інновацій займає особливу роль надстратегії [2].

Отже, інноваційна стратегія має займати місце надстратегії, яка визначає зміст усіх інших стратегій підприємства. Вона повинна орієнтуватися на передбачення глобальних змін в економічній ситуації навколо підприємства та стосуватися прийняття рішень, спрямованих на

зміцнення ринкових позицій і стабільний розвиток підприємства за рахунок інновацій. Згідно цієї парадигми, у загальному вигляді інноваційна стратегія є логічною системою орієнтування підприємства щодо використання інновацій (а на більш глибокому рівні – щодо інвестицій в інновації) за різними факторами, які є предметом конкуренції в певній галузі бізнесу (і типовими, і нехарактерними для цієї галузі). Вона визначає напрями та сприятливі умови й можливості для активізації інноваційного процесу та інноваційної діяльності на підприємстві з метою сприяння розвитку та отриманню ефективного результату. Ця стратегія має задати вектор та пропонувати режим, за якого нововведення стають неодмінною складовою всіх структурних підрозділів підприємства (від рівня загально-корпоративного управління до окремих бізнес-одиниць та їх функціональних і операційних підрозділів організації).

Описана стратегія визначатиме логіку бізнесової поведінки підприємства на основі інновацій і відіграватиме роль важливого чинника його конкурентоспроможності. Саме інноваційна стратегія як певна суперстратегія, що є системою субстратегій для усіх рівнів стратегічного набору підприємства, зорієнтованих на інноваційний розвиток, є інновацією бізнесу, яку можна визначити як стратегію «виходу підприємства на новий ринок з новим продуктом», що призначена для вирішення проблем підприємства при управлінні змінами.

Отже, інноваційна стратегія як певний стратегічний набір/портфель усіх рішень щодо забезпечення інноваційного процесу на підприємстві на усіх його рівнях є запорукою його тривалого успіху, засобом забезпечення його конкурентоспроможності. Цьому має слугувати чітка типологізація та детальна декомпозиція інноваційної стратегії за різними її складовими та альтернативами, які демонструють місце такої стратегії в стратегічному наборі/портфелі підприємства та в системі забезпечення його конкурентоспроможності, а також доступні і зрозумілі методики генерації та верифікації її альтернатив і відбору серед них найбільш придатних для реалізації.

### ***Список використаних джерел***

1. Демків І.О. Гнучкість підприємства як засіб досягнення його конкурентоспроможності / І.О. Демків // Збірник наукових праць «Науковий вісник ПУЕТ». м. Полтава, 2013. – Вип. 6, Частина 2 – С. 164-168.

2. Ковтун О.І. Інноваційні стратегії в системі забезпечення конкурентоспроможності підприємства / Ковтун О.І. // Інноваційна економіка. – 2012. - № 12. – С.75-88.