

Література

1. Бриндзя О. З. Економічні важелі системного підходу до раціонального сільськогосподарського землекористування / О. З. Бриндзя // Наука й економіка. – 2014. – №2 (34). – С. 99-105.
2. Мельник Л.Г. Екологічна економіка / Л.Г. Мельник. – [3-тє вид., випр. і допов.]. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2006. – 367 с.
3. Полупан М.І. Родючість ґрунтів, її види та оцінка / М.І. Полупан, В.А. Величко, В.Б. Соловей // Посібник українського хлібороба. — 2009. — С. 195–200.
4. Рідей Н.М. Природно-ресурсний потенціал агроєкосистем: аналіз понятійно-категоріального апарату, обґрунтування сучасних трактувань / Н.М. Рідей О.М. Пашутіна, А.А. Горбатенко, Ю.А. Кучеренко // Вісник Полтавської державної аграрної академії. – № 3 – 2013 – С.
5. Руденко В.П. Географическое разнообразие природно-ресурсного потенциала регионов Украины : монография / Руденко В.П. – Красноярск: КГТЭИ, 2007. – 168 с.

Володимир Сільман

Тернопільський національний економічний університет

КЛАСИФІКАЦІЯ ІННОВАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ ФІРМИ

Існує безліч класифікацій інноваційних стратегій. Найпоширенішим є поділ інноваційних стратегій за наступними ознаками:

1. За характером «планувальників» та «реалізаторів» інноваційні стратегії можна поділити на інституційні (на рівні підприємства) і центральні (на державному рівні).

Центральна інноваційна стратегія означає реалізацію запланованих на державному рівні конкретних інноваційних заходів (наприклад, програма досліджень і розробок, спрямована на розвиток якоїсь промислової галузі), формування зовнішніх інфраструктурних умов, що підвищують інноваційний динамізм підприємств і сприяють їх розвитку, а також модернізації внутрішнього механізму підприємства і системи зв'язків.

2. За предметним змістом на рівні підприємств розрізняються стратегії в галузі досліджень і розробок, продуктової структури, ринку, фінансів, організації та інші, які є складовими частинами довгострокової інноваційної стратегії.

За менеджерською «поведінкою» розрізняються наступні модифікації інноваційної стратегії підприємства.

Традиційна – підприємство прагне тільки до підвищення якості існуючих продуктів, тому напевно в довгостроковій перспективі воно буде відставати спочатку в техніко-технологічному, а потім і в економічному відношенні.

Опортуністська – підприємство зайнято пошуками такого продукту, який не вимагає занадто великих витрат на дослідження і розробки, але з яким вона протягом певного часу зможе одноосібно бути присутнім на ринку. Пошук і використання таких секторів припускають глибоке знання ринкової ситуації, високий рівень техніко-технологічного розвитку та адаптаційні можливості. У цьому випадку високий рівень ризику швидкої втрати монопольного становища.

Імітаційна – використовується фірмами, які мають сильні ринкові та технологічні позиції. Нова технологія купується у інших фірм, наприклад, шляхом закупівель ліцензій. Ліцензія коштує набагато дешевше, набувається швидше і діє надійніше, ніж власні розробки, винаходи. Це успішна стратегія, але для адаптації оригінального продукту розумової праці (винаходи) і створення монопольної ситуації необхідні висока спеціальна кваліфікація та невтомне підтримання досягнутого рівня.

Оборонна – підприємства проводять дослідження і розробки без претензій на заняття провідних позицій, їх мета полягає в тому, щоб не відстати від інших в галузі техніко-

технологічного розвитку та підвищення технічного рівня виробництва. Це досить затратна стратегія. Вона використовується головним чином у відокремлених (державних) науково-дослідних установах.

Залежна – спостерігається переважно на дрібних підприємствах, яким великі закидають новий продукт або виробничий метод.

Наступальна – полягає в тому, щоб бути першим на ринку. Їй притаманні великий ризик і висока можлива окупність. Вона вимагає від керівників певної класифікації в здійсненні науково-технічних нововведень, здатності видати нові ринкові перспективи та зміни, швидко реалізувати їх у товарах. У більшості випадків необхідна орієнтація на дослідження в поєднанні із застосуванням нових технологій.

Захисна – передбачає високий ризик і придатна для фірм, здатних отримувати прибуток в умовах конкуренції. Для цього необхідно завоювати значну частку ринку та підтримувати норму прибутку за допомогою низьких витрат виробництва. Як показує зарубіжний досвід, успіх при цьому очікує ті фірми, які мають сильні позиції у виробництві та маркетингу. У той же час треба зберігати достатній науково-технічний потенціал, щоб швидко відповісти на нововведення, запроваджені конкурентом.

Поглиналина – відноситься до випадків, коли придбана ліцензія реалізується в принципово новій продукції з високим прибутком і новим ринком.

Проміжна – зводиться до розумної конкуренції. Успіх при цьому досягається за рахунок самостійного проведення ефективної інноваційної політики з тим, щоб не відстати від провідної фірми, в той же час необхідно уникати ризику на ринку високого рівня споживачів з ретельним добором продукції. Таку стратегію можна назвати пасивною, так як вона означає зміну товару, який не вимагає серйозних змін в засобах і технологіях виробництва, не потребує значних додаткових витрат розумової праці, не призводить докорінних змін в техніко-технологічних характеристиках.

Досвід вітчизняних фірм показує, що найбільш прийнятними в умовах ринкових відносин є наступальна, захисна, а також поєднана (захисно-наступальна) стратегії.

Інновація вимагає порівняно тривалого часу (5-10-15 років), і підприємство зможе успішно реагувати на ринкові зміни, якщо воно підготувалося і в його розпорядженні є необхідні науково-технічні розробки. Отже, підприємство має базувати своє майбутнє на довгостроковій стратегії, тобто може розраховувати на успіх лише в разі своєї наступальної стратегії, яка ґрунтується на накопичених знаннях і досвіді, зовнішніх і внутрішніх умовах розвитку підприємства і його змагальних перевагах. Формування наступальної стратегії – нелегке завдання. Вона вимагає не тільки глибокого аналізу і хорошої інтуїції, оцінки шансів, планів конкурентів, швидкого визначення можливостей зовнішнього ринку, а й винахідливості, обережності, швидкого розміщення і реалізації засобів, постійного спостереження за ступенем ризику, оптимізму і вмінні програвати.

Література

1. Концепція соціально-економічного розвитку регіонів в умовах викликів глобалізації : у 3-х т. - Донецьк : [б. в.], 2011. – 656 с.