

# МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО РОЗРОБКИ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

**Струніна Л.В.**

*Національний університет харчових технологій*

Зміни в суспільному економічному розвитку призвели до виведення нової моделі функціонування як окремих суб'єктів господарювання, так і національних економік. Як показує світовий досвід, за сучасних умов одним з факторів забезпечення ефективного функціонування підприємства та підтримки рівня його конкурентоспроможності є інноваційна спрямованість. Все більшої актуальності набуває потреба в безперервному інноваційному розвитку підприємств, що відображається в посиленні впливу на суспільне життя в країні тих галузей, що ґрунтуються на так званих «високих технологіях».

Сучасні умови ринку змушують суб'єктів господарювання брати орієнтир на постійну розробку та реалізацію заходів інноваційного спрямування. Даний тип розвитку характеризується перенесенням акценту на використання принципово нових технологій, переходом до випуску високотехнологічної продукції, запровадженням прогресивних організаційних і управлінських рішень щодо методів організації роботи на підприємстві та інших питань щодо підвищення ефективності функціонування підприємства за рахунок заходів інноваційного спрямування.

Визначення типу інноваційної стратегії, як і прийняття будь-якого управлінського рішення, вимагає проведення детального аналізу для забезпечення обґрунтованого вибору. Цей процес містить в собі аналіз стану зовнішнього і внутрішнього середовища, інноваційного потенціалу та інноваційного клімату, за результатами якого визначаються базові стратегії, що можуть бути застосовані за визначених умов. Подальша розробка включає коригування та адаптацію обраної стратегії до умов та особливостей цільового ринку.

При застосуванні даного механізму реалізується науково-обґрунтований, раціональний підхід до вибору підприємством стратегії інноваційного розвитку.

Отже, плануючи напрями інноваційної діяльності, підприємство має спиратися на інформацію про кон'юнктуру цільового ринку, що дасть можливість визначити необхідну для застосування стратегію. У залежності від позиції окремого товаровиробника на ринку, ним може бути обрана інноваційна стратегія, що буде базуватися на активному та агресивному наступі, за наявності інтелектуальних та фінансових можливостей проведення інноваційних досліджень та розробок; на захисті своїх конкурентних позицій, передбачаючи впровадження лише перевірених низькоризикових інноваційних проєктів; на імітації фірм-новаторів, яка може бути як законною, за рахунок купівлі ліцензії, так і «піратською»; та заснована на так званій «традиційній стратегії», пропонуючи запровадження новацій у сферу обслуговування збуту продукції та післяпродажного сервісу.

Залежно від результатів оцінки наявних конкурентних переваг та потенційних можливостей фірми при взаємодії з зовнішнім середовищем можуть бути обрані різні типи інноваційних заходів, такі як:

- 1) виведення на цільовий ринок нового товару;
- 2) створення нового методу виробництва, що не застосовувався раніше в даній сфері;
- 3) вихід на новий ринок, на якому дана галузь ще не була представлена;
- 4) застосування нового для галузі джерела ресурсів виробництва;
- 5) створення нової організації (досягнення монополії або ліквідації монопольної позиції).

Визначивши основні напрями реалізації інноваційних заходів, необхідно оцінити потреби та можливості масштабності даних дій. Для цього підприємство проводить аналіз насиченості цільового ринку та наявність незадоволеного попиту.

Глобальна (міжнародна) стратегія застосовується підприємством на перенасиченому міжнародному ринку тільки у випадку унікальності пропозиції (товар, що задовольняє нові потреби; дешеве виробництво на основі використання принципово нових джерел ресурсів).

Стратегія державного рівня передбачає орієнтацію здебільшого на національні особливості та пріоритети окремої країни.

На регіональний рівень зазвичай орієнтуються виробництва, що задовольняють універсальні потреби, не мають значних конкурентних переваг на рівні держави, але є відомими в певному регіоні.

Локальна стратегія застосовується у випадку миттєвої реакції на зміни місцевих умов ринку, передбачає задоволення специфічних потреб, що робить дану стратегію складною для впровадження та достатньо ризиковою.

Проаналізовані стратегії на практиці здебільшого використовуються в комбінованому або модифікованому вигляді. Запропонований підхід до розробки та вибору можливих напрямів інноваційної діяльності на основі проведення відповідних досліджень зовнішнього та внутрішнього середовища організації, що дає можливість виокремити стратегічні переваги, дозволяє сформулювати комплексну інноваційну стратегію розвитку підприємства, що забезпечить ефективність запровадження конкретних заходів протягом тривалого часу, а отже і отримання бажаних результатів його діяльності.