

## ІННОВАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ РИНКОВИХ УМОВАХ

Питання формування інноваційної стратегії набувають особливої актуальності для вітчизняних підприємств, так як сьогодні інноваційна діяльність є однією із стратегічних визначальних складових науково-технічного прогресу і відповідно – економічного зростання. Процес розробки інноваційної стратегії є найважливішою складовою частиною загальної системи стратегічного управління підприємством, визначальними складовими якого є: формування загальних стратегічних цілей розвитку підприємства, розробка система ділових і функціональних стратегій в розрізі його конкретних видів діяльності підприємства.

Поняття “стратегія” у сучасному розумінні – це довгостроковий курс розвитку фірми, спосіб досягнення цілей, який вона визначає для себе, керуючись власними міркуваннями в межах своєї політики. Стратегію інноваційного розвитку підприємства можна визначити як сукупність дій і методів управління інноваційною діяльністю, що забезпечують конкурентні переваги на інноваційній основі [2,ст.59]. Інноваційна стратегія націлена на формування глобальних змін в економічній ситуації та пошуку масштабних рішень, спрямованих на зміцнення ринкових позицій і стабільний розвиток підприємства. Метою даної стратегії є забезпечення не стільки поточного успіху, скільки прискореного постійного розвитку організації в умовах конкуренції, лідерства на ринку. Співставляючи інноваційні стратегії підприємства з класичними еталонними стратегіями, можна визначити їх кореляцію зі:

1) стратегією розвитку продукту (група стратегій концентрованого росту); за цією стратегією підприємство розвивається в традиційній для себе галузі;

2) стратегією диверсифікації. Підприємство розширює свою діяльність і в інших галузевих напрямках, більш перспективних та доходних.

Однак, відмінною ознакою для інноваційної стратегії є її новизна, передусім, для даної організації, для галузі ринку, споживачів, країни в цілому.

Формуючи стратегію інноваційного розвитку, сучасне підприємство використовує комплексний підхід на основі двох складових [1,с.56]:

- ринкової складової, яка передбачає всебічний аналіз зовнішнього середовища підприємства та врахування макрофакторів; за орієнтації на ринок, підприємство чітко націлене на ринки збуту своєї продукції та пошук нових комерційно привабливих сегментів ринку;

- ресурсної складової, яка головний фактор успіху вбачає в ефективному використанні ресурсів підприємства і передбачає оцінку його сильних та слабких внутрішніх сторін. Ефективне поєднання інтелектуальних і матеріальних ресурсів дозволяє зберегти чи розвинути конкурентні переваги на цільових ринках, а відповідно впливає на результативність господарської та фінансової діяльності. Ринкова складова орієнтує підприємство на розробку нових продуктових інновацій, тоді як ресурсна складова орієнтує підприємство на пошук нових технологій виробництва та пошук альтернативних джерел сировини, матеріалів та енергії. Ефективним є їх раціональне поєднання, яке забезпечить підприємству інноваційний шлях розвитку.

Отже, інноваційна стратегія – важлива складова у системі стратегічного управління підприємством, що сприяє досягненню конкурентних переваг, формуванню позитивного іміджу серед споживачів, зайняття підприємством лідируючих позицій на ринку.

*Семіноженко В.П. Структурна революція в економіці як категоричний імператив сучасної політики України/ В.П.Семіноженко // Інновації: проблеми науки та практики: монографія.-Х.: ІНЖЕК, 2006.-336 с. Чухрай Н. І. Товарна інноваційна політика: управління інноваціями на підприємстві : підруч. [для студ. вищ. навч. закл.] / Н.І. Чухрай, Р.О. Патора. – К.: Кондор, 2006. – 397 с.*