

УДК 330

П74

*Рекомендоване до видання рішенням вченої ради
Української інженерно-педагогічної академії
(Протокол № 5 від 24.11.2020)*

Рецензенти:

Гораль Л.Т. - д.е.н., професор, проректор з науково-педагогічної роботи, Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, м. Івано-Франківськ

Родченко В.Б. – д.е.н., професор, заступник директора навчально-наукового Інституту «Каразінська школа бізнесу», Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, м. Харків

Буднікевич І.М. - д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, м. Чернівці

Семенова В.Г. – д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки підприємства та організації підприємницької діяльності, Одеський національний економічний університет, м. Одеса

П74 **Управління економічними системами та процесами в умовах глобалізаційних трансформацій : колективна монографія за ред. д.е.н., проф. Прохорової В. В. – Х.: Видавництво Іванченка І. С., 2020. - с 297.**

ISBN

В колективній монографії розглядаються сучасні теоретичні та практичні аспекти формування інноваційного потенціалу управління розвитком сучасної економіки та управлінського інструментарію в умовах постіндустріальної модернізації, проблеми інтелектуалізації управління розвитком суб'єктів господарювання в умовах інноваційної економіки, сучасні стратегічні орієнтири формування інноваційних платформ розвитку суб'єктів господарювання та практичні аспекти використання технології цифрової економіки в конкурентному бізнес-середовищі.

Колективна монографія розрахована на фахівців, науковців, викладачів, аспірантів та студентів економічних спеціальностей.

Опубліковані матеріали відображають власну думку авторів, яка може не збігатися з позицією редакції та носити дискусійний характер. За зміст матеріалів відповідальність несуть автори.

УДК 330

© Прохорова В. В., 2020.

© Українська інженерно-педагогічна академія, 2020.

©Видавець Іванченко І. С., 2020.

ISBN 978-617-7377-86-2

3.6. Управління в умовах неотехнологічного відтворення: гібридна модель розвитку підприємств <i>Хаустова В.Є.</i>	151
РОЗДІЛ 4 СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПЛАТФОРМ РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ	159
4.1. Інтеграційно-диверсифікаційний розвиток підприємства в умовах економічної рецесії через формування та реалізацію стратегії <i>Ареф'єва О.В., Халаджі І.О.</i>	159
4.2. Формування стратегії реалізації ефективного розвитку підприємств готельно-ресторанного господарства: науково-практичний підхід <i>Давидова О.Ю.</i>	167
4.3. Антикризова стратегія як основа економічної безпеки залізничного транспорту <i>Дикань О.В., Токмакова І.В.</i>	176
4.4. Удосконалення методичних основ формування плану продажів <i>Єзупов Ю.А., Єзупова І.М.</i>	184
4.5. Розвиток соціальної інфраструктури в контексті підвищення доступності основних соціальних послуг <i>Карлова О.А., Жупанас Є.В., Домнич Є.С.</i>	198
4.6. Діагностування процесу управління фінансовою безпекою підприємств <i>Мельник С.І.</i>	207
4.7. Сучасний стан розвитку глобальних ланцюгів доданої вартості: вплив наслідків пандемії covid-19 <i>Павловська І.Г.</i>	216
4.8. Стратегія інноваційного розвитку промислових підприємств: проблеми і перспективи формування <i>Сопін Д.С.</i>	224
РОЗДІЛ 5 ТЕХНОЛОГІЇ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ В КОНКУРЕНТНОМУ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩІ: ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ	231
5.1. Структурно-функціональне моделювання процесу управління ризиками порушення фінансових потоків підприємства <i>Безугла Ю.Є.</i>	231
5.2. Ноосферний вимір техніко-технологічного розвитку в глобалізованому світі <i>Дубєй Ю.В.</i>	239
5.3. Особливості формування та впровадження системи реінжинірингу бізнес-процесів на підприємствах в умовах їх цифрової трансформації <i>Дикань В.Л., Обруч Г.В.</i>	248
5.4. Цифрова економіка: екосистема цифрової галузі <i>Денисов А. А.</i>	257
5.5. Стан управління проектами підприємств у цифровому бізнесі в умовах євроінтеграції <i>Кузьмін О.Є., Будинський Р.З., Поріцька А.І.</i>	267
5.6. Формування інноваційної стратегії бізнес-організації в умовах цифрової трансформації <i>Маргасова В.Г., Гарафонова О.І., Ткаленко Н.В., Маргасова О.Д.</i>	277
5.7. Умови забезпечення дієвості цифрового реінжинірингу в управлінні підприємством <i>Прохорова В.В., Овчиннікова В.О.</i>	288

«Львівська політехніка». Серія «Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку». 2016. № 858. С. 9-15.

5. Kaczor S., Kryvinska N. It is all about Services - Fundamentals, Drivers, and Business Models. *The Society of Service Science, Journal of Service Science Research. Springer*. 2013. Vol. 5. No. 2. Pp. 125-154.

6. Kuzmin O., Ovcharuk V., Zhezhukha V., Mehta D., Gregus J. Diagnosing the Administration Systems as a Prerequisite for Enterprises Business Processes Reengineering. In: Barolli L., Nishino H., Miwa H. (eds) *Advances in Intelligent Networking and Collaborative Systems. INCoS 2019. Advances in Intelligent Systems and Computing*. 2020. Vol 1035. Springer, Cham. Pp. 513-524.

7. Мельник О.Г., Адамів М.Є., Тодощук А.В. Концептуальні засади реформування митної системи України в умовах європейської інтеграції. *Економіка та держава*. 2018. №11. С.39-44.

8. Ortynska N., Kuzmin O., Ovcharuk V., Zhezhukha V. Assessment of the Formation of Administration Systems in the Enterprise Management. In: Kryvinska N., Greguš M. (eds) *Data-Centric Business and Applications. Lecture Notes on Data Engineering and Communications Technologies*. 2020. Vol 30. Springer, Cham. Pp. 161-178.

9. Kryvinska N. Building Consistent Formal Specification for the Service Enterprise Agility Foundation. *The Society of Service Science, Journal of Service Science Research. Springer*. 2012. Vol. 4. No. 2. Pp. 235-269.

10. Honchar M., Kuzmin O., Zhezhukha V., Ovcharuk V. Simulating and Reengineering Stress Management System—Analysis of Undesirable Deviations / In: Kryvinska N., Greguš M. (eds) *Data-Centric Business and Applications. Lecture Notes on Data Engineering and Communications Technologies*. 2019. Vol 20. Springer, Cham. Pp. 311-330.

5.6. ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ БІЗНЕС-ОРГАНІЗАЦІЇ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

Маргасова В.Г.

*доктор економічних наук, професор,
НУ «Чернігівська Політехніка», м. Чернігів*

Гарафонов О.І.

*доктор економічних наук, професор,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана», м. Київ*

Ткаленко Н.В.

*доктор економічних наук, професор,
НУ «Чернігівська Політехніка», м. Чернігів*

Маргасова О.Д.

студентка, НУ «Чернігівська Політехніка», м. Чернігів

Інноваційна спрямованість стратегії розвитку виробництва займає важливе місце в діяльності бізнес-організацій. Інноваційна активність економіки набуває центрального характеру в соціально-економічних процесах індустріально розвинених країн. Зростання кількості інформації, інтелектуальних та інноваційних складових трансформують діяльність

підприємств, що спричиняє зміни у виробництві та організаційно-управлінських аспектах діяльності компанії.

Питання обґрунтування інноваційної стратегії підприємства досліджували наступні науковці: П. Друкер, М. Портер, Й. Шумпетер, Ф. Котлер, Лігоненко Л.О., Шершньова З.Є., Федулова Л. І., Паливода О. М., Романенко Є. О., Бубенко П. Т., та інші. Не зважаючи на наявність великої кількості наукових праць з даної проблематики, дана тема не є повністю дослідженою, адже більшість науковців не враховують інноваційність при обґрунтуванні саме стратегії бізнес-організації.

Метою дослідження є визначення теоретико-методичних основ інноваційної стратегії бізнес-організації. У зв'язку з швидкими темпами розвитку ринку стає необхідним розвиток виробництва на інноваційних засадах, що диктує нові вимоги до змісту, форм, методів та організації управлінської діяльності. Це в свою чергу сприяє появі особливого типу менеджменту, який має враховувати оновлення усіх елементів виробничих систем.

Конкурентоспроможність підприємства дозволяє зберігати та розширювати свої позиції на ринку за допомогою пропозиції якісної продукції, що задовольняє особливі вимоги споживачів та забезпечує ефективну діяльність підприємства.

Інновації виступають основною конкурентною перевагою підприємства та підвищують його конкурентоспроможність на ринку. Таким чином, вибір майбутніх напрямів інноваційного розвитку стає одним з найважливіших завдань управління підприємством у сучасних економічних умовах.

Наразі існуючі технології та підходи до управління виробництвом на вітчизняному ринку є досить застарілими, що зменшує конкурентоспроможність продукції на світовому ринку [1].

Отже, на даний момент існує потреба у збільшенні конкурентоспроможності вітчизняних підприємств за рахунок розробки та впровадження інноваційної стратегії на всіх рівнях виробничої діяльності підприємства.

Основні чинники, що стримують інноваційний розвиток українських підприємств [2]:

- нестача власних фінансових ресурсів та високі відсоткові ставки в банках на кредити;
- освоєння нової продукції несе в собі великі витрати та високі ризики;
- слабкий розвиток НДДКР та відсутність розуміння їх необхідності у підприємств;
- відсутність державної підтримки у розробці інноваційної продукції та стимуляції інноваційної діяльності у підприємств.

Тому наразі зростає актуальність розробки та впровадження успішної інноваційної стратегії підприємства.

В економічній літературі наявна велика кількість тлумачень терміну

«стратегія підприємства». Найчастіше автори надають таке визначення стратегії підприємства – це довгостроковий курс розвитку підприємства, що допомагає досягти поставлених цілей, що визначаються самостійно підприємством в межах своєї політики [3].

Розробка стратегії забезпечує довготривале та успішне знаходження підприємства на цільовому ринку, забезпечуючи його конкурентоспроможність. Оскільки інновації являються одним з основних способів досягнення лідируючої позиції на ринку, доцільно розглянути сутність інноваційної стратегії, її роль та місце у системі стратегій підприємства.

Є багато підходів до тлумачення «інноваційної стратегії підприємства», науковці часто вкладають різний зміст в трактування цього поняття. В економічній літературі також може дещо відрізнятися назва поняття «інноваційної стратегії»: «стратегія інноваційного розвитку», «стратегія інновацій», «стратегія розвитку інноваційної діяльності», «стратегія управління інноваційною діяльністю». Поняття «інноваційної стратегії підприємства», що надаються різними науковцями можна згрупувати за ключовими рисами (табл. 5.1):

- досягнення цілей відбувається за рахунок ефективного розподілу ресурсів,
- комплексний план, сформований для досягнення майбутніх результатів,
- новизна – ключовий фактор досягнення мети підприємства,
- підвищення конкурентоспроможності підприємства за рахунок інноваційної стратегії,
- визначення перспективних напрямів розвитку для досягнення цілей,
- врахування зовнішнього та внутрішнього середовища для розробки інноваційної стратегії,
- зосередження зусиль на пошуку істотних змін підприємства та управління ними.

Таблиця 5.1

Визначення поняття «інноваційна стратегія» за ключовими рисами

Ключові риси	Автор	Визначення
1	2	3
Досягнення цілей відбувається за рахунок ефективного розподілу ресурсів	Сгоркін С. С.	Інноваційна стратегія – це механізм розподілу ресурсів для здійснення інноваційної діяльності підприємства, що допомагає досягненню конкурентних переваг у довгостроковій перспективі
	Коваль А. А	Стратегія управління інноваційною діяльністю – це сукупність власних та залучених ресурсів підприємства для досягнення поставлених цілей та інноваційного розвитку

Продовження табл. 5.1

1	2	3
	Подреза С. М., Кам'янецька О. В.	Інноваційна стратегія – це система довгострокового розподілу ресурсів та їхнього перерозподілу при зміні внутрішніх і зовнішніх умов, що включає науково-технічний, організаційний, мотиваційний і матеріально-фінансовий механізми забезпечення
Комплексний план, сформований для досягнення майбутніх результатів	Новицький В. І.	Інноваційна стратегія – це генеральний план дій інноваційної діяльності підприємства для досягнення довготермінових цілей, він визначає пріоритети та напрями розробки інноваційної стратегії та послідовність етапів її реалізації.
	Гриньов А. В.	Стратегія розвитку інноваційної діяльності – це комплексний план дій, у якому майбутні результати досягаються за рахунок самого інноваційного процесу (стадія дослідження та розробок, використання нововведень у виробництві, виведення нового продукту на ринок).
	Матвєєва Т. В., Машкова Н. В., Байраншін А. Ю.	Інноваційна стратегія – це план нововведень, що оновлює виробництво та способи знаходження необхідних продуктів інтелектуальної праці, починається від пошуку нових науково-технічних рішень, що включають в себе виробництво і збут до використання нової техніки та проведення маркетингових досліджень
	Скібіцький О. М.	Інноваційна стратегія – це детальний комплексний план виходу нової продукції на ринок, що забезпечує довгострокову конкурентну перевагу
	Дорофєєв В. Д.	Інноваційна стратегія – це генеральний план поведінки компанії використання інновацій у її господарській діяльності
Новизна – ключовий фактор досягнення мети підприємства	Кравець І. В.	Стратегія інноваційного розвитку — це визначення місії та цілей підприємства, що активізують інноваційну діяльність, за рахунок новизни перш за все для цих підприємств, також можливо і для всієї галузі
	Янковець Т. М.	Інноваційна стратегія – це будь-який новітній засіб, що допомагає досягти стратегічної мети підприємства
	Фатхутдінов Р. А	Інноваційна стратегія – це спосіб досягнення цілей підприємства, що перш за все відрізняється своєю новизною для даного підприємства або галузі

Продовження табл. 5.1

1	2	3
Підвищення конкурентоспроможності підприємства за рахунок інноваційної стратегії	Антонюк Л. Л., Поручник А. М., Савчук В. С.	Інноваційна стратегія – це взаємопов’язаний комплекс дій, що спрямовані на підвищення конкурентоспроможності підприємства та зміцнення його життєздатності на ринку
	Кулаєць М. М., Куцеконь Л. О.	Інноваційна стратегія – це комплекс інноваційних заходів підвищення конкурентоспроможності підприємства за рахунок визначення найважливіших напрямів та пріоритетів ефективного розвитку підприємства
Визначення перспективних напрямів розвитку для досягнення цілей	Янковський К. П., Мухарь І. Ф.	Інноваційна стратегія – це цілеспрямована діяльність, що допомагає визначити найважливіші напрями розвитку підприємства для досягнення цілей
	Павленко І. А.	Інноваційна стратегія – цілеспрямована діяльність для вибору пріоритетних напрямів майбутнього розвитку підприємства та розробка комплексу дій, необхідних для їх досягнення
	Ковтун О. І.	Стратегія інновацій - це логічна система орієнтування підприємства, що визначає напрями та сприятливі умови й можливості для інноваційної діяльності підприємства для його розвитку та отримання позитивного результату
Врахування зовнішнього та внутрішнього середовища для розробки інноваційної стратегії	Федулова І. В.	Інноваційна стратегія – це система дій підприємства, яка враховує вплив зовнішнього та внутрішнього середовища на формування напрямів інноваційного розвитку підприємства, його поведінки на ринку та розподілу ресурсів для досягнення довгострокових цілей за рахунок науково-технічних розробок
	Чубай В. М.	Інноваційна стратегія підприємства – це система дій, які забезпечують ефективність розробок інновацій на підприємстві, за рахунок сприятливих умов зовнішнього та внутрішнього середовища або пристосування до наявного середовища, при цьому ефективно розподіляються ресурси та відбувається оптимізація всіх процесів
Зосередження зусиль на пошуку істотних змін підприємства та управління ними	Очередько О. О.	Інноваційна стратегія підприємства сприяє генеруванню змін всередині підприємства (технологічні, організаційні та управлінські), також забезпечує управління цими змінами для підвищення рівня кінцевих результатів його діяльності.

1	2	3
	Шегда А. В.	Стратегія інновацій – підприємство займається пошуком істотних змін у методах виробництва, ефективних технологій, організації праці та стимулюванню персоналу
	Стадник В. В., Йохна М. А.	Інноваційна стратегія – це стратегія, спрямована на пошук нових рішень та прогнозування змін на ринку для покращення ринкової позиції та розвитку підприємства на інноваційних засадах

**Джерело: [складено на основі 3-10]*

Отже, дослідивши різносторонні підходи щодо визначення сутності поняття «інноваційна стратегія», можемо зробити висновки, що інноваційна стратегія - це система планових дій, які розробляються підприємством задля досягнення довгострокових цілей компанії щодо подальшого її розвитку, підвищення конкурентоспроможності та збільшення прибутку шляхом використання досягнень науково-технічного прогресу та інновацій з урахуванням зовнішнього та внутрішнього середовища.

Під час формування інноваційної стратегії використовується комплексний підхід на основі двох складових [11]:

1) ринкова складова: враховує аналіз зовнішнього середовища підприємства (розглядаються можливості та загрози), чітко виділені цільові ринки для збуту продукції та розглядається можливість виходу на нові ринки;

2) ресурсна складова: враховує аналіз внутрішнього середовища (проводиться оцінка сильних та слабких сторін підприємства), основний акцент ставиться на ефективному використанні ресурсів підприємства.

Основні способи активізації інноваційної діяльності [11]:

– пошук джерел фінансування з меншими кредитними відсотками (можливість використання лізингу), на законодавчому рівні потрібно поліпшити систему кредитування на інноваційну діяльність;

– створення інформаційно-аналітичного відділу в компанії для пошуку нововведень на ринку, аналізу ринку, виявлення потреб споживачів для швидкого реагування на зміни;

– необхідно шукати інноваційні підходи до мотивації персоналу: заохочення до генерації ідей, створення дружельної атмосфери в колективі, де кожний може висловити свою думку, спираючись на факти, тощо;

– використання сучасного технічного забезпечення для ефективної постановки цілей, слідкування за термінами виробництва, ефективного використання ресурсів, тощо.

Далі пропонуємо розглянути основні переваги та недоліки використання підприємством інноваційних стратегій у своїй господарській

Переваги та недоліки впровадження інноваційних стратегій

№	Впровадження інноваційних стратегій	
	Переваги	Недоліки
1	Надання підприємству конкурентних переваг на ринку, орієнтація на розвиток та вдосконалення	Ризики, пов'язані з невизначеністю та мінливістю зовнішнього середовища.
2	Підвищення ефективності виробництва; збереження ресурсів та покращення якості продукції	Витратність на новітні засоби праці та технології з довгим терміном самоокупності
3	Можливість швидко адаптуватися до нових вимог зовнішнього середовища; гнучкість та використання альтернатив за наявних одних і тих же ресурсів	Значна затратність часу на розробку, оцінку та перевірку ефективності розробленої інноваційної стратегії, а також на проведення досліджень та експериментів
4	Краще розуміння та задоволення потреб та бажань споживачів	Науковість та потреба в пошуку обдарованих висококваліфікованих робочих кадрів

**Джерело: [складено на основі 2]*

Для ефективного управління інноваційною діяльністю необхідно займатися постійним вдосконаленням всіх організаційних процесів, генерувати нові ідеї та розробляти детальні плани для втілення їх в життя, створювати власні інноваційні розробки для забезпечення довгострокового та конкурентоспроможного функціонування підприємства на ринку [12].

Тобто, правильно обрана інноваційна стратегія допомагає активізувати весь потенціал підприємства: виробничий, фінансовий, організаційний, технічний та технологічний, за рахунок розвитку підприємства на інноваційних засадах досягаються поставлені цілі та збільшується частка ринку підприємства.

Тож, до головних переваг впровадження підприємством інноваційних стратегій можна віднести:

- надання підприємству конкурентних переваг на ринку;
- спонукання до орієнтації на розвиток та вдосконалення господарської діяльності;
- підвищення ефективності діяльності, збереження наявних ресурсів та покращення існуючої якості товарів та послуг;
- адаптація до задоволення потреб та побажань споживача;
- мобільність та гнучкість щодо постійних змін у зовнішньому та внутрішньому середовищах існування компанії.

До недоліків можна віднести високий ступінь ризиків, великого обсягу витрат на інновації та технології, збільшення затрат часу на аналіз та виконання стратегій, а також потреба у висококваліфікованих робочих кадрах, фанатів своєї справи та витрат на оплату їх послуг.

Отже, нами було наведено сутнісну характеристику поняття «інноваційна стратегія» за ключовими її рисами у розрізі різних науковців, наведені основні методи та підходи до трактування інноваційних стратегій компаній. Отже, інноваційна стратегія – це система планових дій, які розробляються підприємством задля досягнення довгострокових цілей компанії щодо подальшого її розвитку, підвищення конкурентоспроможності та збільшення прибутку шляхом використання досягнень науково-технічного прогресу та інновацій з урахуванням зовнішнього та внутрішнього середовища. До головних переваг впровадження інноваційних стратегій на підприємстві можна віднести підвищення конкурентоспроможності та ефективності діяльності компанії, більше задоволення споживчих потреб, а також спонукання до постійного вдосконалення та розвитку діяльності підприємства.

На сьогодні, на основі досвіду великої кількості підприємств виокремлюють багато видів інноваційних стратегій. При виборі виду інноваційної стратегії підприємства потрібно також враховувати і загальну стратегію. Цілі інноваційної стратегії мають відповідати цілям загальної стратегії (рис 5.20).



Рис. 5.20 Види інноваційних стратегій
*Джерело: [складено на основі 13]

Узагальнююча класифікація інноваційних стратегій представлена в табл. 5.3.

Класифікації інноваційних стратегій

Види стратегій	К. Фрідман	Федулова Л.І.	Захарченко В.І.	Агарков С.А., Кузнецова Е.С., Грязнова М.О.	Харук К.Б.	Додгсон М., Ганн Д., Салтер А.	Скібіцький О.М.	Стадник В.В., Йохна М.А.	Дорофєєв В.Д., Дресвянников В.А.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Наступальна	+	+		+	+	+	+	+	+
Захисна (оборонна)	+	+		+	+	+	+		+
Імітаційна	+	+		+	+		+	+	
Залежна	+	+			+			+	
Традиційна	+	+			+			+	
За нагодою або стратегія «ніші»	+	+						+	
Продуктові			+						
Функціональні			+						
Ресурсні			+						
Організаційно-управлінські			+						
Проміжна				+					
Поглинаюча				+					
Розбійницька				+					
Спрямована на створення нового ринку				+					
Опортуністська					+				
Проактивна						+			
Реактивна						+			
Остаточна									+
Доповнююча									+
Комбінована									+
Перехідна									+

*Джерело: [складено на основі 3-10]

З рис. 5.21 типи інноваційних стратегій можна розділити на три рівні.

Перший рівень найбільш глобальний і визначає поведінку компанію по відношенню до розробки інноваційних продуктів. Проактивна стратегія визначає лідера на ринку, який займає своє місце за рахунок розробки передових технологій. Реактивна визначає послідовників, які копіюють первинні інновації.

Другий рівень стратегій визначає поведінку компаній по відношенню до конкурентів.

Наступальна стратегія включає в себе захист існуючих технологій і ринків, з готовністю швидко реагувати на швидкі зміни зовнішнього середовища.

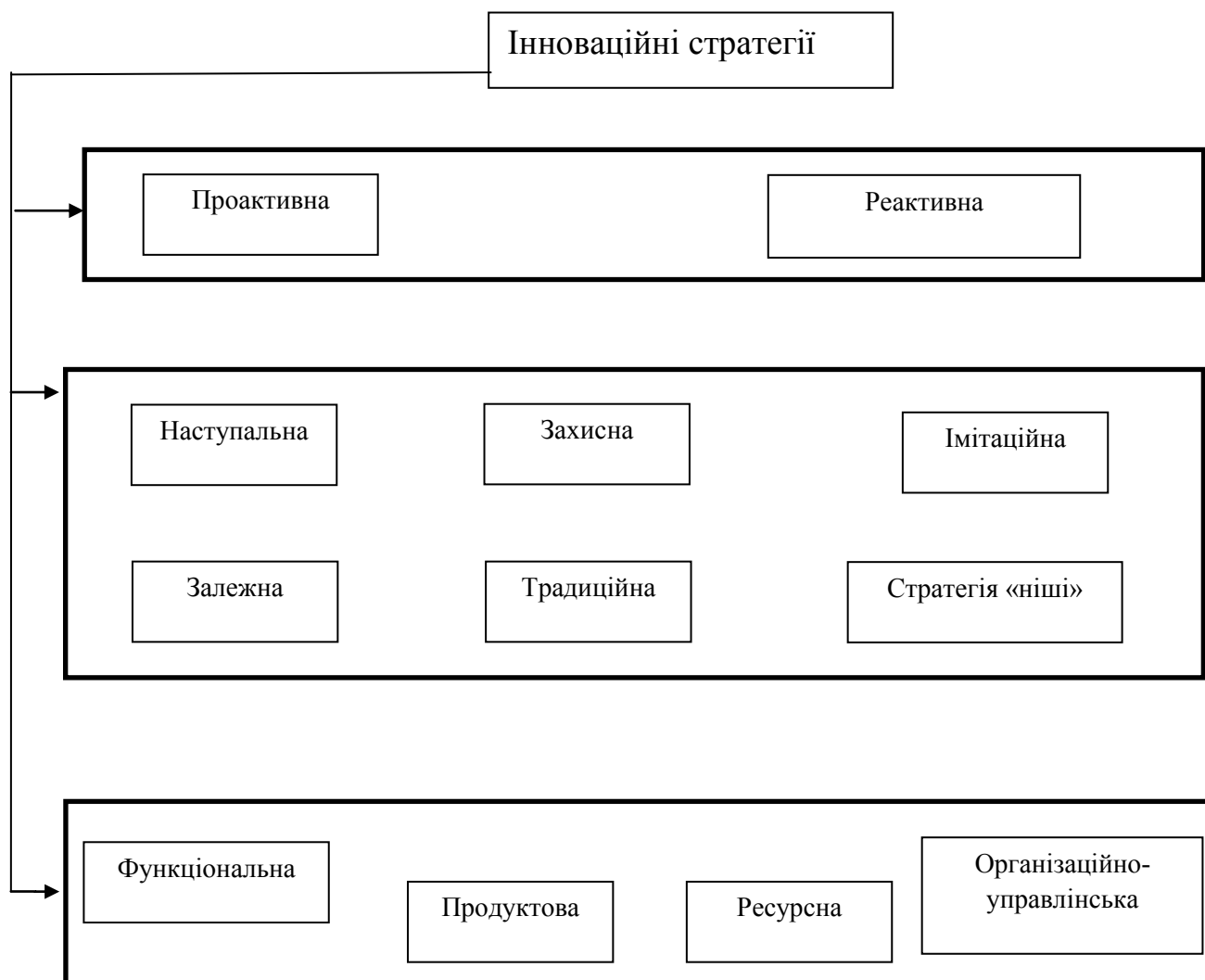


Рис. 5.21 Класифікація інноваційних стратегій бізнес-організацій

**Джерело: [авторська розробка]*

Захисна – компанії захищають свої позиції на ринку, чекають поки клієнти вимагатимуть зміни у продуктах або послугах. Імітаційна – перейняття досвіду у конкурентів. Залежна - малі підприємства являються підрядниками у більших щодо виробництва нового продукту, послуги або виробничого методу. Традиційна – підвищення якості власної продукції чи послуг. Стратегія «ніші» - підприємство створює унікальну продукцію та знаходить власну нішу на ринку.

Третій рівень стратегій визначає тип стратегії відповідно до діяльності в середині компанії. Функціональна – визначає інноваційні напрями функціональної діяльності. Продуктова – в основі інновацій продукт або послуга, що надає компанія. Ресурсна – інновації, що базуються на використанні певного ресурсу. Організаційно-управлінська – структура та методи управління сформовані на інноваційних засадах.

Вибір інноваційної стратегії являється однією з найважливіших складових інноваційного менеджменту. За рахунок інноваційної стратегії підвищується конкурентоспроможність підприємства та збільшується

тривалість його життєвого циклу. Будь-які нововведення на підприємстві носять інноваційний характер.

Орієнтовний алгоритм розробки інноваційної стратегії може бути таким: формування загальної та функціональних стратегій, формування відповідної інноваційної стратегії, вибір альтернатив, реалізація інноваційної стратегії підприємства [14].

Але слід зазначити, що розробка та реалізація інноваційної стратегії підприємства несе в собі певні ризики, тому необхідно проводити ретельний економічний аналіз, щоб мінімізувати ризики та вдало реалізувати обрану інноваційну стратегію. Також значний вплив має мінливість зовнішнього середовища, тому це необхідно враховувати для успішної реалізації інноваційної стратегії для зміцнення своєї ринкової позиції та отримання прибутку.

Література

1. Кривов'язюк І. В. Економічна діагностика [текст]: навч. посіб. / І. В. Кривов'язюк. - К.: Центр учбової літератури, 2013. - 456 с.
2. Сумец, А. Н. Стратегия предприятия. Теория, ситуации, примеры: [учеб. пособие] / А. Н. Сумец. — К. : ВД «Профессионал», 2005. — 320 с.
3. Стадник В.В. Стратегічне управління інноваційним розвитком підприємства: Навчальний посібник / В.В. Стадник, М.А. Йохна – Хмельницький: ХНУ, 2011. – 327 с.
4. Дорофеев В.Д. Инновационный менеджмент.: учебное пособие. / В.Д. Дорофеев, В.А. Дресвянников. – Пенза.: Издательство Пензенского гос. Универ. – 2003. – 189 с.
5. Захарченко В.І. Інноваційний менеджмент: теорія і практика в умовах трансформації економіки: навч. посіб. / В. І. Захарченко. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 448 с.
6. Краснокутська Н. В. Інноваційний менеджмент: Навч. посібник. / Н.В. Краснокутська – К.: КНЕУ, 2003. – 504 с.
7. Скібіцький О.М. Інноваційний та інвестиційний менеджмент: Навч. посіб. / О. М. Скібіцький – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 408 с.
8. Федулова Л.І. Інноваційна економіка: Підручник. / Л.І. Федулова. – К.: Либідь, 2006. – 480 с.
9. Харук К.Б. Інноваційні стратегії розвитку торговельних підприємств / К.Б. Харук // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління. – 2009. – №640. – С. 423-424.
10. Dodgson M., Gann D., Salter A., The Management of Technological Innovation: Strategy and Practice. Oxford University Press, 2008.
11. Школьник І. О. Фінансовий менеджмент: навчальний посібник/ І. О. Школьник, І. М. Боярко, Б. І. Сюркало; за ред. І. О. Школьник. - Суми : Університетська книга, 2009. - С. 269-273.
12. Шелегеда Н.В. Стратегічне управління потенціалом підприємства монографія Б.Г Шелегеда Н.В Касьянова А. Берсуцький та ін. Донецьк Вид-во Дон.
13. Казимирская, В. А. Статистический анализ рынка ресторанных услуг Украины [Текст] / В. А. Казимирская, К. И. Тарасова // Статистика – інструмент соціально-економічних досліджень : збірник наукових студентських праць. Випуск 4. Частина І – Одеса, ОНЕУ. – 2018. – С. 144 – 148.
14. Федонін О. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч. посібник / О. С. Федонін, І. М. Рєпіна, О. І. Олексик. – 2-ге вид., без змін. – К. : КНЕУ, 2006. – 316 с.