

3. Кривов'язюк І. В. Криза та інноваційна діяльність промислових підприємств України / Кривов'язюк І.В. // Актуальні проблеми економіки. – 2014. – № 10. – С. 83–95.

4. Федулова Л. І. Економічна сутність інноваційного розвитку підприємств циклу [Електронний ресурс] / Л. І. Федулова. – Режим доступу : <http://ir.nmu.org.ua/bitstream/handle/123456789/148809/72-74.pdf?sequence=1>.

5. s.

Левашук С. А.

Студент факультету економіки та управління
Східноєвропейський національний університет
ім. Лесі Українки, м. Луцьк

Науковий керівник: **Сак Т. В.**

К.е.н., доцент Східноєвропейський національний
університет ім. Лесі Українки, м. Луцьк

ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ

Євроінтеграційні процеси в Україні зумовили, необхідність підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств на міжнародному ринку, як на тактичному так і на стратегічних рівнях. В сучасних умовах для досягнення конкурентоспроможності та економічного зростання потрібно перейти до інноваційного шляху розвитку як держави так і конкретних підприємства. За допомогою ефективних інноваційних стратегій, можна вирішити проблеми соціальної, економічної, екологічної та інших сфер. Найрозвиненіші країни світу досягли високих результатів у цих сферах завдяки послідовній стратегії інноваційного розвитку.

Сучасні вітчизняні технології не в повній мірі забезпечують необхідні вартісні та якісні показники продукції, що є однією із головних причин низького рівня конкурентоспроможності продукції на світових і внутрішніх ринках. Отже, на сьогоднішній день існує об'єктивна потреба у забезпеченні конкурентоспроможності підприємств України шляхом інтенсифікації інноваційних процесів [1].

Однією з причин відставання українських підприємств від іноземних є відсутність цілеспрямований інноваційних процесів, тобто інноваційного шляху розвитку вираженого у вигляді стратегії. Альтернатив в умовах інтеграційних процесів, мінливого зовнішнього середовища та високих витрат на матеріали та енергоємність товарів, не існує. Стратегія формує довгострокові механізми розвитку бізнесу, досягнення максимальної прибутковості в нестабільних і швидко змінюючих ринкових умовах.

Виходячи із вищезазначеного, інноваційна стратегія являє собою такий комплексний план, яка має на меті досягнення цілей підприємства за допомогою нових технологій, засобів та методів діяльності, тобто таких, що ще не використовувались на даному підприємстві, у певній галузі та на ринку загалом [2].

На практиці в Україні відсутні механізми фінансування інноваційних підприємств, а також недостатній рівень розвитку у сферах галузевої та заводської науки, кредитна політика комерційних банків, яка не спрямована на підтримку бізнесу, високі витрати сировини, матеріалів, енергетичних ресурсів та велика кількість браку кінцевої продукції.

За своєю суттю стратегія є набором правил для ухвалення рішень, якими фірма керується в своїй діяльності, зокрема в її основній складовій — інноваційній діяльності. Стратегія нововведень фірми на ринку може носити наступальний (агресивний) або

оборонний характер. Компанія зазвичай створює свій набір інноваційних стратегій, який включає як ризиковані (наступальні), так і безпечні (оборонні) стратегії [3].

Стратегія наступу – це стратегія лідерства, за допомогою створення та впровадження нових продуктів та послуг на ринку. Фірми з цією стратегією реагують на світові новинки досягнення науки та техніки, швидке пристосування до змін у мінливому середовищі. Головною особливістю даної стратегії є те, що персонал інноваційного бізнесу залучається у створення та впровадження інновацій. Серед найвідоміших компаній, які використовують дану стратегію є іноземні компанії такі як Apple, Intel та Microsoft. Вони практично завжди лідирували на ринку у своїй галузі.

Бізнес, який створив революційну інновацію отримує змогу, отримати надприбутки за рахунок новітньої продукції без аналогів на ринку, створення нового ринкового сегмента та збільшення рентабельності продажів. Подібний результат можна досягнути продажем не продукції, а інновації іншим фірмам.

Стратегія захисту - це стратегія послідовників лідера, тобто це компанії, які рухаються позаду "піонерів" і впроваджують інновації, коли впевняться в її прибутковості і зважать усі ризики. Також варто відмітити, що даної стратегії дотримують підприємства, які прагнуть утримати стратегічне положення бізнесу, на уже наявних ринках. Найвідомішими представниками, які використовують дану стратегію є компанія Canon, Samsung, Fly. Об'єктивна відсутність практичного досвіду в новітній сфері, високий ступінь ризику ухвалення нестандартних рішень, в умовах балансування на межі банкрутства, призводить до того, що більшість фірм не використовують наступальну стратегію інноваційного розвитку, а надають преревагу оборонній стратегії.

Кожне окреме підприємство може паралельно приймати різні інноваційні стратегії для окремих галузей, видів виробництва та асортиментних груп продукції. Основні положення інноваційної стратегії товаровиробника втілюються в програмі, в якій формуються цілі, завдання та етапи її реалізації, взаємопов'язані по термінах, ресурсах, виконавцях. До програми додається перелік конкретних заходів, що відображають особливості функціонування об'єкту, що розробляється.

Проте в Україні більшість фірм використовують традиційну стратегію, тобто покращення форм і методів обслуговування традиційної продукції, хоча і не передбачає значних змін у технологічному, виробничому процесах. Традиційна стратегія за своєю суттю являється умовно-інноваційною, тому що відбуваються повільні покращення в умовах обслуговування продукції, розробці товарів, впровадженні сервісів тощо.

Значним недоліком традиційної умовно-інноваційної стратегії є те, що фірма не розвивається в "конкурентному руслі", а покращує свою продукцію, щоб існувати на певному ринку. Також ці фірми не отримують значних прибутків, що призводить до закритого циклу "інвестиції в покращення продукції – мінімальні прибутки – інвестиції в покращення продукції" з якого ці підприємства не виберуться без зміни основної стратегії та пошуку інвесторів.

На нашу думку, для досягнення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств на іноземному ринку слід використовувати наступальну інноваційну стратегію. Ця стратегія є дуже ризиковою проте окупується в 3 рази як показує іноземний досвід. Для реалізації даної стратегії потрібна підтримка держави, політика підтримки і фінансування з боку комерційних банків та залучення іноземних та вітчизняних інвесторів до фінансування інноваційних проектів.

Отже, запорукою успіху інноваційного підприємства як і будь-якого іншого є правильно обрана стратегія, що забезпечить довгостроковий розвиток підприємства. Так в умовах недостатньої підтримки з боку держави та фінансування з боку інвесторів підприємства новатори не мають права на помилку при виборі стратегії інноваційного розвитку, бо це може призвести до банкрутства. Наступальна стратегія є найбільш ризикованою, проте приносить найвищі прибутки і забезпечує лідируючі позиції на ринку.

Цей вид стратегії необхідний для розвитку підприємств в Україні і забезпечення їх конкурентного статусу на світовому ринку.

Список використаних джерел:

1. Горелов Д. О. Стратегія підприємства / Д. О. Горелов, С. В. Большенко. – Харків: ХНАДУ, 2010. – 133 с.

2. Артеменко А. О. Стратегія управління інноваціями на підприємствах [Електронний ресурс] / А. О. Артеменко. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.ukr.vipreshebnik.ru/innov-men/4357-strategiya-upravlinnya-innovatsiyami-na-pidpriemstvakh.html>.

3. Іващенко О. В. ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ ТА ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК [Електронний ресурс] / О. В. Іващенко. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/17874/09-Ivashenko.pdf?sequence=1>.

Левашук С. А.

Студент факультету економіки та управління
Східноєвропейський національний університет
ім. Лесі Українки, м. Луцьк

Науковий керівник: **Шостак Л. В.**

К.е.н., доцент Східноєвропейський національний
університет ім. Лесі Українки, м. Луцьк

ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙ В ЛОГІСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Розвиток будь-якого підприємства полягає у постійному пошуку і впровадженні нових ідей, технологій, товарів, послуг, методів виробництва тощо. Таким чином і функціонування його структурних підрозділів вимагає постійного вдосконалення, оновлення, реорганізації, пошуку нових способів управління і ведення бізнесу. У структурі діяльності промислових підприємств логістична діяльність займає особливе місце, зважаючи на той факт, що саме там можна досягти конкурентних переваг у витратах, в часі обслуговування та у доданій вартості для клієнта. На сьогодні все більш важливим стає вдала організація логістичних процесів, адже логістичні витрати можуть сягати 11% в структурі ВВП країни [1, с.251].

Відомо, що скорочення логістичних витрат на 1% еквівалентне близько 10% збільшення обсягів продажу. Наприклад, лише витрати на транспортування можуть сягати до 24% собівартості окремих видів продукції в Україні, що становить 57,5% в структурі загальних логістичних витрат. Це величезні кошти, за які варто поборотись. Саме тому проведення інноваційної політики в логістичній діяльності підприємства заслуговує на особливу увагу і потребує наукових напрацювань та практичного застосування.

В умовах побудови інноваційної моделі розвитку в Україні актуалізуються проблеми стимулювання та ефективного забезпечення інноваційних процесів промислових підприємств. Водночас зусилля промислових підприємств, спрямовані на розроблення і впровадження інновацій, забезпечують економічну стабільність підприємства і покращують фінансові результати передусім за умови ефективною маркетинговою підтримки та забезпечення логістичної придатності інновації до здійснення над нею логістичних операцій, а саме зберігання, перевантаження, транспортування, пакування тощо.

На сьогодні використання інновацій зумовлена такими факторами:

- велика конкуренція на ринк, тому потрібно володіти перевагами перед іншими;
- зростання ступеня диференціації ринку (диференціація потреб споживчих переваг клієнтів, індивідуалізація сегментів ринку, диверсифікація товарів тощо);
- постійний розвиток технологій; § збільшення потужності підприємства через використання новітніх технологій;
- мінімізація витрат (матеріальних, фінансових) при максимізації прибутку;