

4. Укріплення та розвиток політичних інструментів для розвитку інноваційної сфери.

5. Розширення партнерських відносин між освітою, бізнесом та наукою [3].

Отже, для України ці стратегічні кроки допоможуть впровадити інноваційну модель економіки у короткі строки та виступають орієнтирами для подальшого розвитку. Враховуючі роль бізнесу у формуванні попиту на інновації, зміна орієнтиру на такий вид діяльності буде мати основне значення. Це допоможе при завоюванні нових ринків та виходу на світовий ринок. При допомозі влади, українські підприємці за наявності інновацій стануть більш конкурентоздатні та матимуть перспективи для покращення позицій на ринку.

Список використаних джерел:

1. Корчагин Ю.А., Инновационная экономика и экономика знаний [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.lerc.ru/?part=articles&art=11&page=37>.
2. Перезапуск или Куда идет экономика Украины [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://project.liga.net/projects/economical_innovations/
3. Україна піднялася на 7 позицій у Глобальному індексі інновацій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://talks.happymonday.com.ua/ukraine-u-globalnomu-indeksi-innovacij/>.
4. Гринько Т. В. Сутність інноваційної активності підприємства та її оцінка / Т. В. Гринько // Бізнес Інформ: Науковий журнал, 2011. – №11 (406). – С. 62-64.
5. Гринько Т. В. Формування системи управління інноваційним потенціалом підприємства: теоретичний аспект / Т. В. Гринько, С. О. Єфімова // Сучасні технології управління розвитком підприємств України: механізми, реалії, перспективи: Колективна монографія / за заг. ред. Т. В. Гринько. – Дніпропетровськ: Біла К. О., 2016. – С. 23–32.
6. Аналіз індекса інноваційного розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.globalinnovationindex.org/analysis-indicator>
7. Гринько Т. В. Організаційні зміни на підприємстві в умовах його інноваційного розвитку / Т. В. Гринько, Т. З. Гвініашвілі // Економічний часопис-XXI. – 2015. – №1-2 (2). – С. 51–54.

Антоненко С. О.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Конкурентне середовище промислових підприємств у сучасних умовах характеризується високим рівнем динамізму економічних відносин, а відтак, скороченням планового періоду стабільної їх діяльності. Істотні зміни в масштабі й складності зовнішнього середовища промислових підприємств посилюють невизначеність прийняття та реалізації управлінських рішень стратегічного та тактичного характеру [1]. Досліджуючи стратегічне управління розвитком

підприємства, вчені дійшли висновку, що воно спрямоване на створення конкурентних переваг підприємства і утвердження ефективної стратегічної позиції, що забезпечить майбутню життєздатність підприємства в мінливих умовах [2].

Формування стратегії представляє собою сукупність взаємопов'язаних і взаємообумовлених елементів, об'єднаних єдиною глобальною метою – забезпечити і підтримувати високий рівень конкурентної переваги підприємства. Як і будь-яка система, стратегія схильна до впливу певних закономірностей, їй повинні бути притаманні такі характеристики, як цілісність, інтегративність, комунікативність та ін. [2]. Це означає, що найбільший ефект досягається в тому випадку, якщо всі складові стратегії реалізуються в умовах координації з єдиного центру; рішення, що приймаються в рамках кожної з складових, ув'язані за часом і ресурсами і не суперечать одне одному. При заданому рівні стратегічних ресурсів підприємство володіє потенційними можливостями досягнення глобальної і локальних цілей динамічного розвитку в конкурентному середовищі.

У зв'язку з цим автор [3] пропонує основні концептуальні етапи вибору стратегії, відзначаючи їх основний зміст і ключові позиції. На першому етапі визначаються типи можливих стратегій (швидкого зростання, стабільного розвитку, фінансової стійкості). На другому етапі проводиться аналіз можливих стратегій. На основі сценаріїв майбутньої поведінки підприємства і зовнішнього середовища, отриманих у процесі моделювання, формується набір можливих рішень. На третьому етапі здійснюється вибір стратегії розвитку підприємства. Із сукупності можливих рішень відбирається найбільш прийнятні і уточнюються його цілі, засоби й індикатори (показники, норми, умови тощо).

Процес вибору стратегії розвитку підприємства повинен, на думку автора [4], підкорятися таким основним принципам:

– Стратегія узгоджується з підприємством (відповідає його статутним цілям і нормам; узгоджується із загальною стратегією підприємства в цілому та її окремими компонентами; концентрується на ключових проблемах економічної діяльності).

– Стратегія має внутрішню узгодженість своїх структурних компонентів (є єдністю економічних цілей, засобів функціональних елементів та індикаторів ступеня їх досягнення; внутрішня збалансованість; будується і реалізується на єдиній інформаційній базі, основу якої складають дані бухгалтерського обліку та звітності).

– Стратегія узгоджується із зовнішнім середовищем (з потенціалом зміни навколишнього середовища; ґрунтується на законах макроекономіки і мікроекономіки).

– Оптимальна збалансованість стратегії з урахуванням ресурсного потенціалу.

Зазначені основні групи принципів дозволяють підійти до процесу формування стратегії всебічно й обґрунтовано. У загальному випадку основним є принцип аналітичного характеру вибору стратегії [2].

Сучасна стратегія підприємства – це майбутнє бачення органічного поєднання ефективних бізнес-стратегій, у рамках яких досягається системний синергетичний ефект. При цьому необхідно виділити три базові можливості досягнення такого ефекту [1]:

– функціональна – досягнення ефекту за рахунок того, що більшість функціональних служб підприємства використовують свою особливу професійну компетенцію в тактиці всіх спеціалізованих видів діяльності і за всіма окремими бізнес-лініями;

– стратегічна – досягнення позитивного ефекту за рахунок компліментарності всіх конкурентних стратегій підприємства на всіх рівнях виробництва і управління;

– управлінська – досягнення ефекту за допомогою особливої системної компетенції менеджменту підприємства.

При визначенні стратегії розвитку промислових підприємств основну увагу частіше приділяють перспективному плануванню як сутнісній основі стратегічного управління. Реалізація перспективного плану є вирішальною складовою управління. Складовою частиною реалізації стратегії є мобілізація потенціалу підприємства та здійснення відповідних змін. Від глибини й масштабів змін, які доцільно провести на промисловому підприємстві, залежить складність упродовження стратегії.

Таким чином, передумовами для ефективного виконання стратегічного плану є, передусім, наявність відповідної організаційної культури і структури, що дозволяє реалізувати стратегію, високий рівень внутрішньої згуртованості персоналу, створення адекватних систем мотивування й організації праці тощо. Найдосконаліший стратегічний план може стати марним, якщо він не пов'язаний з персоналом підприємства, який не залучений у здійснення стратегії. Підприємство, як правило, застосовує кілька взаємопов'язаних або доповнюючих стратегій. Портфель стратегій формується залежно від поставлених цілей розвитку, рівня розвитку науково-технічної діяльності підприємства та інноваційних завдань, що впливають із них, а також факторів, що впливають на інноваційний розвиток підприємства.

Процеси економічної трансформації України за часів незалежності не привели до очікуваного економічного зростання і подолання економічної та технологічної відсталості від розвинених країн. На нашу думку, вирішенням вказаної проблеми в умовах обмеженості матеріальних, фінансових, часових та трудових ресурсів є підвищення конкурентоспроможності, модернізація економіки країни, а також поступовий її перехід на інноваційний шлях розвитку.

Список використаних джерел:

1. Пашенко О. П. Стратегічне управління розвитком підприємства / О. П. Пашенко // Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки. – Хмельницький, 2011. – № 2. – Т. 2. – С. 99–103.
2. Раєвнева О. В. Управління розвитком підприємства: методологія, механізми, моделі / О. В. Раєвнева. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2006. – 496 с.
3. Тищенко О. М. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства : монографія ; за заг. ред. Ю. Б. Іванова, О. М. Тищенка. – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2006. – 384 с.
4. Харченко В. А. Особливості застосування системного підходу до управління підприємством / В. А. Харченко // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності: Зб. наук праць. – Маріуполь: ДВНЗ «ПДТУ», 2012. – Вип. 1. – Т. 2. – С. 242–246.
5. Гринько Т. Проблеми впровадження стратегічного менеджменту на вітчизняних підприємствах / Т. Гринько, М. Скрипченко // Облік, економіка, менеджмент: наукові нотатки: Міжнародний збірник наукових праць. – Луцьк: РВВ Луцького НТУ, 2016. – Вип. 1 (9). – Ч. 1. – С. 206–210.

Власов Є. І., к. і. н. Сливенко В. А.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ІННОВАЦІЙНИЙ ВЕКТОР РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ (на прикладі індустріального туризму)

Туристичний бізнес є досить гнучкою сферою діяльності, на яку впливають тенденції сучасного розвитку суспільства. Напрями та обсяги туристичних потоків залежать від побажань споживачів туристичного продукту. Глобалізаційні процеси в світі призвели до значного збільшення кількості напрямів діяльності підприємств сфери туристичних послуг. Саме тому на противагу класичному туризму почали виникати альтернативні напрями: індустріальний, темний, космічний, мілітарі (воєнний), гастрономічний та інші види турів.

В умовах розвитку суспільства туристичним підприємствам слід адаптуватись до глобалізаційних процесів та урізноманітнювати ринок послуг унікальними турами, що допоможе поліпшити свій конкурентний стан на туристичному ринку [1].