

## **РОЛЬ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ В УПРАВЛІННІ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА**

Ефективна діяльність підприємства у висококонкурентному середовищі вимагає систематичного перегляду існуючих стратегій щодо вибору ринкових перспектив або формування інноваційного продуктового профілю. Забезпечення конкурентоспроможного економічного розвитку підприємства потребує використання відповідних гнучких стратегічних інструментів для стимулювання розробок, виробництва і трансферу інновацій, що дозволяє знижувати виробничі витрати, системно підвищувати якість виробництва.

Безупинне ускладнення конкурентного середовища позитивно відображається на якості продукції та ціновій політиці товаровиробників і в цілому є корисним для загального розвитку економічної системи. В практиці менеджменту намітилися тенденції активізації пошуку адекватних інструментів ефективної реалізації інноваційних стратегій, що особливо важливо в умовах ресурсної обмеженості і скорочення життєвого циклу сучасних продуктів. Загальна практика обрання підприємствами інноваційних бізнес-стратегій визначає основні напрями операційного, фінансового менеджменту та управління новаціями, завдяки чому менеджмент отримує інструменти для комплексного охоплення низки відокремлених тактичних планів. Зокрема, це дозволяє розподіляти пошукові дослідження серед децентралізованих автономних науково-пошукових команд, створювати внутрішньоорганізаційні дослідницькі підрозділи, впроваджувати прототипи для оцінювання корисності ідеї, пропонувати на зовнішні ринки відкриті інновації, впорядковувати моделі співпраці зі стейкхолдерами тощо [2]. Звичайно, кожна з цих діяльностей має відокремлену цінність для розвитку підприємства, однак ефективна спроможність до інноваційних перетворень впливає саме з планування узгодженого набору взаємозалежних процесів та структур, які синтезуються в конкретних бізнес-концепціях.

Розробка інноваційної стратегії є складним процесом прийняття рішень, завершальним етапом якого має стати ухвалення рішення про започаткування нового виробництва. Продуктові диверсифікації є доволі вдалим інструментом збільшення комерціалізації науково-технічних проєктів підприємств, однак забезпечення стійкого інноваційного поступу вимагає постійного пошуку нових варіантів виробництва і просування власних розробок як на існуючих, так і на потенційних ринках. Обираючи для розвитку стратегію диверсифікації, організаційно її розмежовують за ієрархічними рівнями. Так, коли в цілому підприємства обирає політику корпоративної диверсифікаційної стратегії, інноваційне стратегування розвитку його певних напрямів діяльності чи відокремлених структурних одиниць зазвичай підпорядковується загальній стратегії, при цьому конкретні плани новаторських розробок втілюються у процесні

або операційні субстратегії [3]. Така ієрархічна системність дозволяє обирати для кожного проекту субстратегію, що ґрунтується на властивих йому особливостях. На наше переконання, основною перевагою описаного управління стратегічним розвитком є можливість швидкого зростання економічного потенціалу підприємства завдяки цільовому поєднанню інноваційної та інвестиційної складових. Отож, стратегічне планування скеровується, передусім, на внутрішнє зростання: посилення інноваційно-інвестиційної активності, збільшення прибутковості, структурні зміни та зростання якості продукції у конкурентному середовищі. При цьому стратегічне планування має передбачати й перспективи використання зовнішніх джерел фінансування, додатково вкладених активів, чи навіть комбінаторних організаційних змін.

Стратегічна мета інноваційного розвитку підприємства полягає в стійкому економічному зростанні, що кількісно проявляється збільшення активів і обороту, а якісно характеризується стійкістю тенденцій зростання прибутковості і посиленням ринкових позицій підприємства [1]. Однією з визначальних особливостей стратегічного планування є володіння менеджерами достатнім обсягом професійних знань, зокрема, вміння оперувати великими масивами інформаційних потоків для прогнозування передових тенденцій розвитку економіки, якісного зосередження на розкритті інноваційного потенціалу підприємства і адекватній розробці стратегії випереджального захоплення ринку.

Особливості стратегії інноваційного розвитку підприємств визначаються ринковими умовами. Так, стратегія інноваційного зростання на існуючих ринках орієнтована, насамперед, на пошук можливостей у розрізі зростання продуктивності і пристосування виробництва до потреб основних груп споживачів. Вміння менеджменту чітко реагувати на зміни соціокультурних очікувань і прогнозування споживацьких пріоритетів можуть суттєво вплинути на зміцнення конкурентних позицій підприємства через збільшення продажів, залучення або створення нових сегментів ринків.

Отже, стратегічне планування інноваційного розвитку уможливорює застосування адекватних інструментів узгодження, розробки і просування новаторських ідей, які втілюються в конкретні продукти, є вагомим важелем управління організаційною поведінкою. Комплексне охоплення в межах стратегічного планування низки відокремлених тактичних планів дозволяє створювати внутрішньоорганізаційні інноваційні підрозділи, впроваджувати прототипи для оцінювання корисності ідей, пропонувати на ринки відкриті інновації, впорядковувати моделі співпраці зі стейкхолдерами.

### **Література**

1. П'ятницька Г. Т., Найдюк В. С. Фінансова стійкість як базис для визначення стратегічного вектору інноваційного розвитку підприємства. Інвестиції: практика та досвід. 2018. № 4. С. 7-16.
2. Свидрук І. І. Особливості стратегічного планування креативного розвитку організації. Науковий вісник НЛТУ України. Серія Економічна. 2018. Т. 28, № 9. С. 105-109.
3. Mizyuk B., Svidruk I. Analysis of creative-innovative activity of the scientific sector of the domestic economy. The economic discourse. 2018. Iss. 2. P. 102-110.