

УДК 658.5*Тихоміров К.О.**Здобувач вищої освіти**Національний університет «Києво-Могилянська академія»***ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ**

Найважливішою проблемою будь-якого підприємства, організації чи установи, що діє в сучасних умовах ринкової економіки, що можна можна охарактеризувати як динамічні, мінливі та невизначені, є проблема її виживання та безперервності стратегічного розвитку. Ефективним вирішенням є грамотно розроблена та ефективна стратегія розвитку підприємства, що може забезпечити підприємству стійкість на ринку, адаптацію підприємства до зовнішнього середовища та сприяти посиленню його позицій. Стратегія розвитку підприємства повинна містити не лише перелік запланованих дій та способів їх досягнення, але й ураховувати виникнення можливих негативних ситуацій, щоб вчасно адаптуватися до нових умов. Таким чином, вдосконалення процедур моделювання поведінки підприємств під впливом як внутрішнього, так і зовнішнього середовища обумовлює актуальність теми дослідження.

Досліджуючи сутність стратегії підприємства, та, зокрема, дослідження Гудзь О.І. дає змогу синтезувати інформацію щодо сутності «стратегії розвитку підприємства», виділивши при цьому окремі положення, на яких акцентують найбільшу увагу [1]. Ототожнюючи, стратегію розвитку підприємства можна охарактеризувати як довгостроковий гнучкий план дій інноваційного спрямування з відповідним рівнем ризику, який базується на детальному аналізі внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства, залежить від людських чинників та потребує інвестицій для досягнення ефективних результатів, підвищення конкурентоспроможності продукції і підприємства [1].

Дослідження сутності та класифікації стратегій сходяться на тому, що стратегії розвитку (зростання) підприємств є одним із видів корпоративного (загального) типу стратегій, що є найвищим рангом в ієрархічній будові стратегій підприємства [2,с 32]. Виходячи з об'єктів, корпоративна стратегія розробляється в цілому для всього

підприємства і має бути єдиною на цьому ранзі. Корпоративна стратегія розвитку – передбачає, що за всіма ключовими пунктами створення стратегії планується значні зростання показників конкуренції стратегії. При цьому корпоративна стратегія зростання має підвиди, так звані базисні, або еталонні, стратегії розвитку бізнесу, що застосовують на практиці підприємств:

1) стратегії концентрованого зростання, що пов'язані зі зміною продукту і (або) ринку;

2) стратегії інтегрованого зростання, що пов'язані з розширенням підприємства шляхом додавання нових структур;

3) стратегії диверсифікованого зростання, реалізуються в тому випадку, коли підприємство далі не може розвиватися на даному ринку з даним продуктом в рамках даної галузі.

Процес формування стратегічних альтернатив і розробки ефективної стратегії як правило, представляється у вигляді логічного ланцюжка, що складається з наступних блоків:

1) комплексний аналіз зовнішньої і внутрішній середовища підприємства;

2) формування стратегічного бачення і місії організації;

3) постановка цілей розвитку підприємства;

4) розробка альтернативних стратегій з урахуванням обмежень;

5) вибір стратегії розвитку;

6) впровадження і реалізація стратегії;

7) оцінка роботи, вивчення нових тенденцій і здійснення коригуючи дій.

Саме такий порядок розробки стратегії максимально враховує дії динамічних чинників ринку, що корисно для підприємств [3].

Узагальнюючи дослідження різних підходів до змісту процесу розробки стратегії, слід зазначити, що єдиного способу розробки стратегії, як і єдиної форми організації, не існує, більшість авторів досліджують тематику формування стратегії розвитку, використовуючи застарілі підходи, методології та інструменти до формування.

Серед останніх публікацій не так багато науковців та авторів розглядають питання інноваційних підходів, методів або інструментів до процесу формування стратегії розвитку. Тому автором було досліджено інноваційні та сучасні інструменти, методи аналізу, методології, що окремо або у комплексі можна застосувати до певних етапів процесу формування стратегії.

Дизайн-мислення - це підхід, що базується на творчому мисленні, спрямований на розробку інноваційних ідей та рішень на основі потреб інших людей. На думку Л.О. Лігоненко використання методології «дизайн – мислення» – це пошук ідей щодо шляхів та засобів забезпечення розвитку підприємства як засіб подолання існуючих проблем та знаходження відповідності між внутрішніми можливостями, зовнішніми очікуваннями та потребами [4].

Ощадливий стартап (англ. Lean Startup) – це методологія «ощадливого» запуску і розвитку компаній, в її основі лежить максимально оптимальне витрачання ресурсів, засноване на науковому підході до впровадження будь-якого нового продукту, послуги або ідеї: масштабування ідеї у разі успіху, визначеного тестуванням та оцінюванням результатів за метриками [5,с 199].

Модель «відкритих інновацій» припускає, що підприємство при розробці нових технологій і продуктів не тільки розраховується на власні внутрішньокорпоративні наукові дослідження та розробки, але й активно використовує інновації та компетенції ззовні. Кузнєцова М. А. у статті [6] дійшла висновку, що впровадження стратегії відкритих інновацій забезпечує безперервний двосторонній обмін знаннями, інформацією, технологіями між внутрішнім та зовнішнім середовищем компанії. У цьому реалізуються такі принципи:

1) на основі використання внутрішніх розробок та зовнішніх знань забезпечується високий рівень інноваційної активності економічних систем;

2) визначення інновацій як основного чинника забезпечення конкурентних переваг;

3) перехід до моделі організації, що самонавчається;

4) розвиток міжфірмових мереж та кластерів, стратегічних альянсів, технологічних та багатосторонніх платформ, системи аутсорсингу та краудсорсингу.

Business Model Canvas - один із інструментів стратегічного управління для підприємців, який дозволяє зробити опис пропонованого проекту або проаналізувати модель бізнесу, яка вже використовується, з позицій її ефективності та можливостей розвитку. Автори статті [7], досліджуючи концепцію, дійшли висновку - Канва бізнесмоделі допомагає керівникам компаній розробляти нові бізнесмоделі, змінювати їх у відповідності до мінливих умов, а також управляти бізнеспортфелем різних фірм у межах однієї великої компанії. На сьогоднішній день Business Model

Canvas є достатньо простим інструментом, який можна зобразити на дошці, та водночас достатньо потужним для того щоб перефокусувати погляд на бізнес компанії. Використання розглянутої концепції дозволяє побудувати оптимальну бізнесмодель, на основі якої у подальшому прийматимуться необхідні управлінські рішення, спрямовані на забезпечення стійкості та конкурентоспроможності компанії.

Таким чином, застосування, як додаткових підходів, сучасних і інноваційних практик, методик та інструментів до певних етапів процесу формування та розроблення стратегії розвитку дозволяє суттєво підвищити ефективність процесу розробки стратегії підприємства, відповідно і саму стратегію та потенційний результат реалізації.

Список використаних джерел:

1. Гудзь О.І. Стратегія розвитку підприємства: сутність та класифікація // *Економіка і суспільство*. — 2018. — № 18. — С. 346—352.
2. С.Б. Довбня, А.О. Найдовська, М.М. Хитько. Стратегія підприємства. Частина 1: Навч. посібник. — Дніпропетровськ: НМетаАУ, 2011. — 71 с.
3. Баланович А. М. Теоретико-методичні засади формування стратегій розвитку підприємства / А. М. Баланович // *Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. : Економічні науки*. - 2014. - Вип. 8(2). - С. 77-81.
4. Лігоненко Л. О. Дизайн в управлінні бізнесом: нові предметні сфери використання терміна. Стратегічні імперативи сучасного менеджменту: Зб. Матеріалів V Міжнародної науково-практичної конференції. К.: КНЕУ, 2020. С. 327 – 330.
5. Гавриш О.А., Бояринова К.О., Кравченко М.О., Копішинська К.О. Управління стартапами: підручник для здобувачів вищої освіти за економічними спеціальностями. К: КПП ім. Ігоря Сікорського, Видавництво «Політехніка», 2020. 716 с.
6. Кузнєцова, М. Використання бізнесом практики відкритих інновацій в умовах розвитку економіки знань. // *Економіка та суспільство* — 2023. — № 47.
7. Смерічевський С. Ф., Клімова О. І. Business model canvas як універсальна концепція управління бізнесом компанії. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 9. С. 11–14.