

**УДК 658**

**Галина Нагорняк, к.т.н., доцент**

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

## **ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЧНОЇ ПОВЕДІНКИ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗАСАДАХ МАРКЕТИНГУ ІННОВАЦІЙ**

Анотація. Розглянуто етапи формування стратегічної поведінки підприємства згідно з концепцією маркетингу, визначено їх переваги та недоліки.

*Ключові слова: інновації, інноваційний розвиток, маркетинг інновацій, стратегічна поведінка підприємства, концепція маркетингу, старатегія інноваційного розвитку.*

**Galina Nagorniak**

## **FORMATION OF STRATEGIC BEHAVIOR ENTERPRISE ON THE BASIS MARKETING INNOVATIONS**

Abstract. The stages of strategic behavior zhshidno company with the concept of marketing, as well as their advantages and disadvantages.

*Keywords: innovation, innovative development, marketing innovation, strategic behavior of companies marketing concept, staratehiya innovation.*

Для того, щоб підприємство мало змогу здійснювати інноваційний розвиток та ефективно залучати нововведення наведемо етапи формування стратегічної поведінки підприємства згідно з концепцією маркетингу.

1. Аналіз зовнішнього середовища – повинен передбачати визначення стратегічно сильних та слабких сторін підприємства за наступними напрямками: маркетинг, виробництво, фінанси, персонал, структура управління, НДДКР. З метою реалізації стратегії інноваційного розвитку необхідним є проведення дослідження інноваційної активності підприємства, яке спрямоване на оцінку минулих й поточних можливостей в інноваційній сфері та здійснення попереднього вибору стратегії.

2. Планування стратегії – оцінюється вся господарська діяльність з метою виявлення можливостей вкладення коштів в найбільш прибуткові та перспективні інноваційні напрямки, скорочення інвестицій в неефективні проекти. Розробляються альтернативні варіанти стратегій інноваційного розвитку та аналізуються витрати на їх реалізацію.

3. Розробка планів стратегічних підрозділів – для виключення невизначеності кінцевих результатів від впровадження нових технологій проводиться функціональна оцінка розроблених стратегій для пошуку резервів підвищення ефективності інноваційних проектів та зниження інвестиційних витрат кожного окремого підрозділу та підприємства взагалі. Виділяють два підходи в інноваційних стратегіях – орієнтовані на безперервне удосконалення та проривні, радикальні зміни й удосконалення бізнес-процесів.

4. Формування бюджетів використання ресурсів – доцільно здійснювати оцінку інноваційного потенціалу підприємства, достатність фінансово-економічних, кадрових, виробничих, технологічних та інших ресурсів для ефективного забезпечення поточної виробничої та стратегічної інноваційної діяльності, для реалізації цільових напрямків виробника. Сучасні методики оцінки ефективності інноваційних проектів не враховують внутрішні особливості впровадження інновацій в умовах конкретного підприємства, його інфраструктури і, кадрові, виробничі та збутові можливості, які можуть значно вплинути на термін та результати впровадження нововведень.