

Список використаних джерел

1. Архіпов, В.В., & Русавська, В.А. (2009). Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства. Київ: Центр учбової літератури. С 60-61.
2. Борисова, О.В. (2012). Тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг, с. 332.

Вікторія Ткач

д.е.н., професор,

Одеська національна академія харчових технологій

Наталія Красна

студентка,

Одеська національна академія харчових технологій

**СТРАТЕГІЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА ЯК
ЗАПОРУКА ПІДВИЩЕННЯ ЙОГО КОНКУРЕНТНОГО СТАТУСУ**

Анотація. Данна стаття розглядає наявність стратегії розвитку підприємства як один з найважливіших чинників, що забезпечують успішне функціонування підприємства в умовах ринку. Упевненість в діях, що робляться, наявність орієнтиру і перспективи розвитку дозволяють підприємству сконцентрувати свої зусилля на деталях – на виборі конкретних цілей, сфер обслуговування клієнтів, технології виробництва і реалізації продукції тощо.

Ключові слова: стратегія, підприємство, економічний розвиток, потенціал.

Мета розробки стратегії полягає в тому, щоб орієнтувати діяльність підприємства щодо конкурентів, добиватися конкурентної переваги на ринку і завойовувати свою клієнтуру [1].

Конкурентна стратегія підприємства звичайно передбачає як наступальні, так і оборонні дії, що робляться залежно від ситуації на ринку. У сучасних умовах господарювання головна мета діяльності підприємства полягає в тому, щоб виробляти якісну продукцію і реалізовувати її за оптимальними ринковими цінами. Для цього потрібно комплексно оцінити та обґрунтувати систему показників потенціалу підприємства і розробити стратегію його розвитку.

Функціонування підприємств у довгостроковій перспективі пов'язано з формуванням інноваційної стратегії розвитку, орієнтованої на посилення інноваційної активності. Формування означеної стратегії являє собою процес прийняття управлінського рішення щодо змісту функціональних стратегій такого роду та пріоритетності їх фінансування з метою підвищення конкурентного статусу суб'єкта господарювання.

Дослідженням проблем інноваційного розвитку підприємств з точки зору його активізації та розробки відповідної стратегії присвячено наукові праці Т. В. Гринько, О. С. Єфремова, А. С. Захарченкова, О. В. Корнух, В. А. Павлової та ін. Інноваційна стратегія розвитку підприємства – це комплекс цілей і установок, правил прийняття рішень і способів переказу підприємства (фірми) з старого

(наявного) стану в нове (цільове) стан на основі впровадження інновацій – технологічних, продуктових, організаційних, управлінських, економічних, соціальних і позиціонування підприємства на конкурентних ринках товарів і послуг. Тобто інноваційна стратегія завжди виражається у визначенні типу цільового поведінки підприємства на конкурентних ринках.

Усе різноманіття стратегій поведінки підприємств на ринках інновацій можна об'єднати в дві великі групи: стратегії активного інноваційного поведінки створення нових ринків і стратегія пасивного прямування за ринком інновацій [3]. За 2017 рік Україна піднялася з 56-го на 50-е місце в рейтингу інноваційних країн [4]. Рейтинг складається з безлічі показників, кожен з яких також має свій індекс. У підсумку, Україна отримала індекс 37,6. У минулому році (2016) цей індекс становив 35,6. Відзначимо, Global Innovation Index складається на основі аналізу десятків показників, які так чи інакше стосуються інноваційної діяльності.

Глобальний індекс формується за рахунок показників діяльності суб'єктів господарювання на мікрорівні, насамперед, підприємств. Поява інноваційної продукції, особливо на ринках з високим ступенем конкуренції між виробниками та сприятливими умовами поширення інноваційної продукції, стимулює інших виробників до створення інноваційної продукції з аналогічними, або навіть кращими характеристиками.

Отже, розробка програми інноваційного розвитку і, як наслідок, відповідної стратегії є базою формування конкурентних переваг і стійкого фінансового стану підприємств України. Послідовна активізація інноваційної діяльності підприємства за всіма напрямками функціонування забезпечує досягнення і зміцнення конкурентних позицій на ринку.

Список використаних джерел

1. Цвюк Д. Р. Формування конкурентних переваг підприємства / Д. Р. Цвюк, Н. П. Яворська // Економіка та управління підприємствами. – 2017. – Вип. 5(61). – С. 141–146.
2. Орлова В. М. Стратегія інноваційного розвитку підприємства // Економічний нобелівський вісник. – 2015. – № 1. – С. 79-85.
3. Яцкевич І. В. Економічна діагностика : навчальний посібник / І. В. Яцкевич. – Одеса : ФОП Бондаренко. – 2015. – 292 с.
4. Україна увійшла в ТОП-50 інноваційних країн [Електронний ресурс]. – <https://www.epravda.com.ua/news/2017/06/15/626071>