

ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ – СУБ'ЄКТІВ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Мамутов І.А., гр. МВ-38с

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Борисова О.В.**
Харківський державний університет харчування та торгівлі

У доповіді розповідається підходи до формування інноваційної стратегії розвитку торговельних підприємств України – суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності.

Сьогодні вітчизняні підприємства, стикаючись в умовах ризику і посилення конкуренції з проблемою забезпечення конкурентноздатності, практично не використовують вироблений практикою закордонних фірм інструментарій стратегічного управління, хоча, безумовно, відчують настійливу потребу трансформації підходів до управління. Важливе місце займає інноваційна стратегія розвитку підприємства. Інноваційна стратегія підприємства це сукупність правил і прийомів досягнення цілей на основі ефективної реалізації інноваційного потенціалу підприємства. Це стосується і торговельних підприємств-суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності.

Закордонний досвід стратегічного управління у вирішенні перспективних та тактичних завдань не може бути просто перенесений, він повинен бути адаптований до українських умов.

Отже, у ході розробки інноваційної стратегії торговельним підприємствам – суб'єктам зовнішньоекономічної діяльності треба приділити увагу:

1) вивчати ринок, його стан і динаміку споживчого попиту на товари (послуги), використовувати отриману інформацію в процесі розробки і прийняття науково-технічних, виробничих і господарських рішень;

2) максимально пристосувати операційну діяльність до вимог ринку з метою підвищення ефективності функціонування підприємства;

3) сприяти ефективному використанню усіх ресурсів підприємства та підвищенню рівня його економічного потенціалу;

4) домагатися переваг у конкурентній боротьбі за рахунок інноваційних рішень, а саме: підвищення технічного рівня і якості продукції, надання покупцю більшого обсягу і кращої якості супутніх послуг і т.п.