

УДК 334.021

DOI: <https://doi.org/10.37734/2409-6873-2023-1-6>

ХАРАКТЕРИСТИКА МЕТОДІВ ТА МОДЕЛЕЙ РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЙ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

О. В. ШАТІЛОдоктор філософії (економіка),
Національна академія статистики, обліку та аудиту

Анотація. Мета статті полягає у визначенні найбільш ефективних методів та моделей розробки стратегій інноваційного розвитку підприємства. **Методика дослідження.** Досягнення поставленої у статті мети здійснено за допомогою сукупності теоретичних, методичних та практичних методів та моделей щодо розробки та впровадження стратегій інноваційного розвитку підприємства. **Результати.** Визначено, що ефективне функціонування підприємств неможливе без правильно обраних для практичного використання, дієвих і, в першу чергу, аналітичних методів. Обґрунтовано, що з позиції практики використання аналітичні методи доцільно об'єднати в три групи: евристичні, розрахункові та комбіновані. Виявлено, що не дивлячись на те, що моделі стратегічного розвитку як правило мають певні відмінності, однак за спостереженнями їх переважна більшість обов'язково включає такі три складові: аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища, розроблення самої стратегії та організацію контролю. Проаналізовано, що в науковій літературі щодо стратегічного розвитку інноваційних процесів, висвітлені такі відомі моделі, як раціоналістична, що базується на повній інформованості і усвідомленій зацікавленості виконавців у запланованих на перспективу інноваціях; поведінкова, що передбачає врахування соціально-психологічних потреб працівників (практично вона збігається за своїми цілями з організаційно управлінською) та системна модель, яка розглядається як техносоціальна система, тобто як усвідомлений процес на основі попереднього комплексного аналізу. **Практична значущість результатів дослідження.** Використання на практиці запропонованих методів та моделей розробки стратегій інноваційного розвитку дозволить підвищити прибутковість підприємств.

Ключові слова: методи, моделі, фактори, стратегія, інновації, підприємство, інноваційний розвиток.

Постановка проблеми в загальному вигляді та зв'язок із найважливішими науковими чи практичними завданнями. Поняття моделі як сукупності елементів, які при налагодженні дії відповідних механізмів дозволяють забезпечити ефективне виконання місії підприємства в значній мірі можна ідентифікувати з поняттям стратегії. При цьому важливо, щоб розробка моделі передбачала чітке визначення напрямів інноваційної діяльності підприємства на перспективу відповідно до обраної ним генеральної стратегії на основі всебічного аналізу власного інноваційного потенціалу, що, в свою чергу, свідчить про універсальність такої моделі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням методів та моделей стратегічного розвитку інноваційних процесів на підприємствах займалися Шепель Н. Г. [1], Романенко О. О. [2], Петряшов Д. В. [3], Клебанова Т. С., Іванов В. В., Дубровіна Н. А. [4], Перегудов Д. О., Селюков О. В., Крихта В. В., Краснік А. А. [5], Горшкова Т. [6], Літвінова В. [7], Шульгіна Л. М., Юхименко В. В. [8], Македон В. В., Валков В. П., Федьора С. С. [9], Юхименко В. В. [10], Рогоза М. Е., Вергал К. Ю. [11].

Метою статті є теоретико-методичне обґрунтування методів та моделей розробки стратегій інноваційного розвитку підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. В економічній літературі описані

різні методи стратегічного розвитку, більшість з яких заслуговує на особливу увагу. Так, зокрема, Шепель Н. Г. [1, с. 22] розглядає методи інноваційного менеджменту як систему правил і процедур виконання різних задач щодо керування інноваціями з метою розробки раціональних управлінських рішень, і пропонує їх класифікувати за такими групами:

- методи виявлення думки (інтерв'ю, анкетування, вибіркові опитування, експертиза);
- аналітичні методи (системний аналіз, написання сценаріїв, сіткове планування, функціонально-вартісної аналіз, економічний аналіз);
- методи оцінки (оцінка продукту, оцінки науково-технічного рівня і конкурентоздатності розробок, оцінка науково-технічного рівня виробництва, оцінка витрат, метод дерев значимості, оцінка порога прибутковості, оцінка ризику і шансів, оцінка ефективності інновацій);
- методи генерування ідей (мозкова атака, метод 6-3-5, метод синектики, морфологічний аналіз, ділові ігри і ситуації);
- методи прийняття рішень (економіко-математичні моделі, таблиці рішень, побудова дерева рішень, порівняння альтернатив);
- методи прогнозування (експертні, екстраполяції, аналогії, метод Дельфі, регресійний аналіз, економетричні, імітаційні моделі);
- методи наочного представлення (графічні моделі, фізичні моделі, посадові описи й інструкції);

– методи аргументування (презентації, ведення переговорів).

Отже, класифікуючи методи стратегічного розвитку інноваційних процесів на 8 груп, Н.Г. Шепель розглядає як методи оцінки, так і методи прогнозування, що тісно доповнюють один одного, а значить взаємопов'язаних між собою.

Натомість О. О. Романенко [2, с. 96] виділяє найефективніші на його думку методи стратегічного розвитку інновацій, включаючи і окремі інструменти, а саме йдеться про стратегічне планування; управління відносинами із споживачами; залучення працівників; бенчмаркінг; збалансовану систему показників.

До речі, бенчмаркінг розглядається як систематична робота підприємства, що спрямована на виявлення вдалого досвіду конкурентів з метою його використання у своїй практиці для підвищення власної конкурентоспроможності [3].

Стосовно результативності застосування методів у системі стратегічного розвитку інноваційних процесів слід мати на увазі, що ефективне функціонування підприємств неможливе без правильно обраних для практичного використання, дієвих і, в першу чергу, аналітичних методів. Саме з позиції практики використання аналітичні методи доцільно об'єднати в три групи: евристичні (бальна оцінка, ранжирування, експертна оцінка, SWOT-аналіз, GAP-аналіз, SPACE-аналіз, PIMS-аналіз, SNW-аналіз, LOTS-аналіз, матриця БКГ, аналіз п'яти сил М. Портера, метод «Мак-Кінзі», номінальна оцінка, анкетування, мозковий штурм), розрахункові (індексний метод, абсолютної та відносної різниці, кореляції, дисперсії, регресії, структурні, часові, динамічні, рейтингові, базисні) та комбіновані (метод тестування, метод аналізу результатів діяльності, метод сумарної оцінки, метод рангового порядку, економічний аналіз, комплексний аналіз інноваційного потенціалу та інтелектуального потенціалу [4].

Такий поділ на групи аналітичних методів щодо їх використання в системі формування інноваційних процесів дозволить краще орієнтуватись щодо доцільності застосування того чи іншого методу, або ж їх комбінації в залежності від мети, яку треба досягти.

Не можна не зазначити, що під методами прогнозування розуміють сукупність прийомів і способів мислення, що дозволяють на основі ретроспективних даних, екзогенних (зовнішніх) і ендогенних (внутрішніх) зв'язків об'єкта прогнозування, а також їхніх змін, вивести судження визначеної вірогідності відносно майбутнього його розвитку.

Прогноз може бути системним або частковим, загальним або локальним, або спеціальним, для певних дій або їх окремих етапів. Нехтування прогнозом призводить як правило до негатив-

них наслідків через необґрунтованість висновків та помилкової дії в організації управління. Сам процес прогнозування складається з наступних етапів: розроблення гіпотез відповідно до отриманого завдання; перевірка ефективності гіпотез; вибір та уточнення найбільш доцільних із них; розроблення на цій основі нормативного прогнозу; аналіз та трансформація нормативного прогнозу у відповідний план (рішення) [5, с. 28].

В цьому контексті важливо наголосити, що науковий дослідник Е. Янч [6, с. 41] окреслив п'ять груп методів прогнозування, що в найбільшій мірі відображають послідовність етапів у розробці стратегічних планів сучасного підприємства. Це такі групи методів:

- 1) методи експертних оцінок;
- 2) методи екстраполяції наявних тенденцій розвитку;
- 3) методи історичних аналогій;
- 4) сценарії майбутнього;
- 5) методи моделювання.

Так, метод експертних оцінок, що формується на основі припущень експертів, дозволяє завдяки цьому побудувати модель майбутнього розвитку підприємства як об'єкта прогнозування.

Метод екстраполяції полягає у застосуванні такої функції планування і прогнозування, для побудови якої всім спостереженням певного часового періоду надається однакова вагомість. По-суті, методи екстраполяції наявних тенденцій розвитку – це висновки, які зроблені на основі вивчення їх динаміки у попередніх періодах. Мета прогнозу за методом екстраполяції – показати. До яких результатів можна дійти в майбутньому, якщо рухатися до нього з тією самою швидкістю, або ж з прискоренням, як і в минулому. Прогноз визначає очікувані варіанти розвитку явища, виходячи із гіпотези, що основні фактори і тенденції минулого періоду збережуться на період прогнозу, або ж можна обґрунтувати і врахувати напрями їх змін у передбачуваній перспективі.

Методи історичних аналогій – це порівняння різних, як правило, двох систем та вибір найбільш оптимальної для об'єкта дослідження.

Сценарії майбутнього – це метод, який практично прогнозує ту чи іншу модель розвитку об'єкта дослідження та визначає його основні напрями діяльності у прогнозному періоді.

Метод управління на основі розробки принципово нових сценаріїв стратегій – це постійне прагнення керівництва підприємства до покращення результатів його діяльності. Оскільки кожний суб'єкт господарювання знаходиться в умовах конкурентного середовища, а значить об'єктивно виникає необхідність постійно розширювати асортимент продукції та послуг, то виникає об'єктивна потреба у пошуку нових альтернативних стратегій.

Методи моделювання – це вибір оптимального рішення для об'єкта дослідження, які зроблені на основі аналізу структури та розвитку процесу функціонування об'єкта. Метод економіко-математичного моделювання може передбачати функціональний, або кореляційний зв'язок факторів. Функціональний зв'язок виражається рівнянням:

$$Y = f(x),$$

де Y – відповідний показник;

$f(x)$ – функціональний зв'язок, виходячи з показника X .

Кореляційний зв'язок – це імовірнісна залежність, яка виявляється тільки у загальному вигляді і за великої кількості спостережень. Цей зв'язок виражається рівняннями регресії різного виду.

Загалом же, виходячи із функціонального і кореляційного зв'язку, що об'єктивно забезпечується в ході моделювання, саме поняття моделі як сукупності елементів, які при налагодженні дії відповідних механізмів дозволяють забезпечити ефективне виконання місії підприємства в значній мірі можна ідентифікувати з поняттям стратегії.

Таким чином, методи аналізу, методи прогнозування та моделювання є важливим чинником у плануванні діяльності підприємств.

Методи наочного представлення є необхідними для розробки планів стратегічного розвитку підприємств, адже за допомогою них можна наочно розглянути та проаналізувати статистичні дані, дані фінансової звітності підприємств, наприклад, фінансових результатів, які в свою чергу можна відобразити у вигляді графіків, рисунків, схем. Такі методи є ефективними для практичної роботи, адже вони не тільки привертають першочергову до себе увагу, а і дозволяють доволі стисло узагальнити всі необхідні дані підприємства, підвести головні підсумки та показати графічний зв'язок між різними сферами діяльності суб'єкта господарювання і доволі дієво підготувати результативні висновки та розробити чіткі пропозиції в зручній формі, що значно скорочує час на ознайомлення із основною інформацією та прийняття ефективних управлінських рішень.

В той же час, якщо розглядати графічний метод щодо побудови багатокутника конкурентоспроможності, то основною його перевагою є простота та візуалізація тенденцій з визначенням відхилень між параметрами (складовими, показниками, бізнес-індикаторами) досліджуваного підприємства і підприємств конкурентів, а однак суттєвим недоліком такого графічного методу є те, що вказаний метод побудови багатокутника конкурентоспроможності насправді не дозволяє об'єктивно визначити узагальнюючий (інтегральний) показник конкурентоспроможності, оскільки всі відібрані параметри (складові, показники, бізнес-індикатори) трактуються для оцінювання як рівнозначні [6; 7].

Та все ж, не дивлячись на те, що моделі стратегічного розвитку як правило мають певні відмінності, однак за спостереженнями їх переважна більшість обов'язково включає такі три складові: аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища, розроблення самої стратегії та організацію контролю. Така позиція в значній мірі підтверджується науковими дослідженнями фахівців у царині формування стратегії, які акцентують увагу на тому, що всі моделі стратегічного управління включають такі елементи, як: проведення аналізу зовнішнього середовища; визначення організаційного напрямку; формування організаційної стратегії; оцінка управління і контроль за стратегією [8, с. 31]. З урахуванням цих складових, але за різним ступенем деталізації та складності, і розглядаються основні моделі формування стратегій провідними науковцями.

Зокрема, у науковій літературі щодо стратегічного розвитку інноваційних процесів, висвітлені такі відомі моделі, як раціоналістична, що базується на повній інформованості і усвідомленій зацікавленості виконавців у запланованих на перспективу інноваціях; поведінкова, що передбачає врахування соціально-психологічних потреб працівників (практично вона збігається за своїми цілями з організаційно управлінською) та системна модель, яка розглядається як техносоціальна система, тобто як усвідомлений процес на основі попереднього комплексного аналізу.

Розглядається також порівняльна характеристика зазначених моделей [9], що наводиться в табл. 1.

Враховуючи опис моделей, автори приходять до висновку, що тільки раціональне поєднання різних моделей управління є найбільш дієвим в контексті формування ефективної стратегії розвитку інноваційних процесів.

Впровадження в діяльності вітчизняних підприємств інноваційної моделі економічного розвитку потребує системного підходу щодо розробки та застосування ефективних механізмів, що безумовно базуються на дієвих методах і моделях інноваційного спрямування, і передбачають не лише врахування інноваційного чинника, а і оптимізацію процесів управління інноваційними процесами у довготривалому періоді.

В цьому контексті вже відомі ряд розробок. Так, наприклад, В. В. Юхименко [10] на основі використання так званої теорії ігор запропонував економічні принципи відбору оптимальних стратегій інноваційного розвитку. В роботі розглядаються модифікації гри на два періоди – короткостроковий і довгостроковий, а також здійснено аналіз з використанням концепції максимуму, що в комплексі, як зазначає автор, дозволяє використовувати таку модель для обґрунтування стану та напрямів розвитку машинобудування в умовах реформування економіки.

Таблиця 1

Порівняльна характеристика моделей розробки стратегій інноваційного розвитку

Модель	Позитивні аспекти	Недоліки
Раціоналістична	Наявність чітких процедур побудови стратегії інноваційного розвитку, суворий контроль виконання. Ефективна система комунікацій.	Часта невідповідність стратегії її реалізації. Невизначеність в досягненні результатів.
Поведінкова	Підприємство розглядається як єдина система. Що само організується. Широке обговорення стратегічних цілей орієнтація на людський чинник.	Розширення відповідальності при реалізації стратегії.
Системна	Попередній аналіз організаційних проблем, пов'язаних з розробкою стратегії	Не береться до уваги самостійна робота індивідумів. Задіяних у розробці стратегії.

Враховуючи певну специфіку зазначеної моделі, розрахованої на певну галузь, особливої уваги, на нашу думку, заслуговують ті інноваційні моделі, що зорієнтовані на широкий спектр їх застосування в контексті забезпечення формування ефективних стратегічних управлінських рішень щодо підвищення рівня розробки та використання інноваційного потенціалу окремого підприємства. В цьому аспекті можна виокремити модель, що розроблена такими авторами, як М. Е. Рогоза та К. Ю. Вергал [11], які вибудовували її, керуючись завданням відбору ефективної стратегії інноваційного розвитку підприємства на основі застосування інструментарію теорії графів і створили систему, яка дозволяє сформулювати інноваційну стратегію шляхом вибору з множини широкого кола факторів саме тих, що забезпечуватимуть інноваційний розвиток. При цьому важливо, що розробка даної моделі передбачає чітке визначення напрямів інноваційної діяльності підприємства на перспективу відповідно до обраної ним генеральної стратегії на основі всебічного аналізу власного інноваційного потенціалу, що, в свою чергу, свідчить про універсальність такої моделі.

На особливу увагу заслуговує модель стратегічного розвитку інноваційних процесів через успішну реалізацію бізнес-процесів, завдяки впровадженню якої досягається мета – гармонійно вбудувати управління бізнес-процесами у стратегію підприємства та забезпечити його необхідними зв'язками за всіма аспектами. З огляду на це, автори вважають за доцільне розглядати взаємозв'язок підсистеми стратегічного управління інноваціями саме через бізнес-процеси, які є основною його рушійною і мотивуючою складовою [10, с. 36]. При цьому вважається, що правильна реалізація бізнес-процесів із застосуванням програмного забезпечення, яке дозволить більше задовольняти потреби клієнтів та сприятиме підвищенню конкурентних переваг підприємства, може бути досягнута тільки на основі взаємодії між фахівцями двох напрямів: бізнес-адміністрування та інформатики.

Таким чином, формування стратегії розвитку інноваційних процесів підприємства, що охоплює

врахування і управлінських, і інформаційних, і виробничих, і фінансових, і маркетингових процесів, можна розглядати як варіант створення засад щодо побудови інноваційного розвитку на основі процесного підходу, адже це дозволить не лише визначити місце кожного з них, а і посилити їх відповідну роль у досягненні підприємством стратегічної цілі на тому чи іншому етапі прогнозованого періоду.

Проте, який би з варіантів моделювання організації стратегічного розвитку інноваційних процесів не був задіяний, варто враховувати особливості формування так званої моделі сприйняття підприємством управління інноваціями, що розроблена в свій час видатним американським вченим Б. Е. Фішманом, і яка розглядається наступним чином [12, с. 47]:

$$B = f(L, C, K),$$

де B – сприйняття підприємством нововведень;
 L – особистісно-психологічна характеристика членів колективу підприємства;

C – характеристика організаційної структури підприємства;

K – характеристика зовнішнього оточення і між організаційних зв'язків підприємства.

Формалізація зазначеної моделі свідчить про те, що управління інноваційними процесами має бути зорієнтоване на першочерговість впровадження організаційно-управлінських інновацій у вигляді сучасних концепцій менеджменту, до яких відносять: концепції менеджменту знань, менеджменту змін, управління бізнес-часом, тотального управління якістю, ефективного обслуговування клієнта, комп'ютерного програмування виробничих процесів тощо [13]. При цьому, як вважається, організаційно-управлінські інновації, що поступово заміщують інновації технічні і технологічні, можуть виступати джерелом інших інноваційних змін, оскільки рішення про запровадження тих чи інших інноваційних процесів приймається на управлінському рівні.

Висновки із зазначенням проблем і перспективи подальших досліджень. Отже, модель стратегічного розвитку інноваційних процесів потребує обов'язкового врахування системи

цілей, що в свою чергу, вимагатиме проходження необхідних і чітко визначених етапів – від формування таких цілей та їх узгодження з основними економічними цілями підприємства – до розробки системного планування напрямів інно-

ваційного розвитку з визначенням пріоритетів на кожному етапові та забезпечення безперервності у реалізації процесів впровадження інновацій разом із використанням налагоджено організованого контролю.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Шепель Н. Г. Управління інноваціями. URL: <http://www.dstu.dp.ua/Portal/Data/7/33/7-33-kl33.pdf> (дата звернення: 21.11.2022).
2. Романенко О. О. Аналіз сучасних методів та інструментів стратегічного управління підприємствами. URL: <https://econforum.duan.edu.ua/images/stories/Files/2015/14.pdf> (дата звернення: 21.01.2023).
3. Петряшов Д. В. Создание системы бенчмаркинга на предприятии. URL: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/9_ukr/92.pdf (дата звернення: 01.02.2023).
4. Клебанова Т. С., Иванов В. В., Дубровина Н. А. Методы прогнозирования: учебн. пособ. Харьков : Изд. ХГЭУ, 2002. 372 с.
5. Аналіз особливостей застосування та класифікація методів прогнозування у сфері розвитку мереж та телекомунікаційних технологій / Перегудов Д. О., Селюков О. В., Крихта В. В., Краснік А. А. *Вісник Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій*. 2009. Т. 7. № 1. С. 27–40.
6. Горшкова Т. Методи розрахунку конкурентоспроможності підприємства. *Вісник Дніпропетровського університету. Сер. Економіка*. 2012. № 36 (1). С. 101–106.
7. Літвінова В. Графічні методи дослідження у аналізі рівня конкурентоспроможності продукції. *Бізнес Інформ*. 2012. № 4. С. 53–56.
8. Шульгіна Л. М., Юхименко В. В. Інноваційний розвиток підприємств: монографія. Київ : Наук.техн.ун-т України «КПІ», 2015. 212 с.
9. Македон В. В., Валков В. П., Федьора С. С. Удосконалення управління ромисловими підприємствами на основі стратегій інноваційного розвитку. *Європейський вектор економічного розвитку*. 2019. № 1 (26) С. 108–125.
10. Юхименко В. В. Формування стратегій інноваційного розвитку підприємств машинобудування: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. ек. наук.: 08.00.04. Київ, 2014. С. 24.
11. Рогоза М. Е., Вергал К. Ю. Вибір ефективної стратегії інноваційного розвитку засобами теорії графів. *Економіка: проблеми теорії та практики*. 2008. Вип. 235. Т. 3. 272 с.
12. Інноваційний менеджмент: метод. посіб. / рук. Б. Е. Фішман; ред. М.Н. Скотніков. Київ : РАМО, 1991. Ч. I. 112 с.
13. Інновації: проблеми науки і практики: монографія. Харків : ІНЖЕК, 2006. 336 с.

REFERENCES

1. Shepel N. H. Upravlinnia innovatsiiny. Available at: <http://www.dstu.dp.ua/Portal/Data/7/33/7-33-kl33.pdf> (accessed: 21.11.2022).
2. Romanenko O. O. Analiz suchasnykh metodiv ta instrumentiv stratehichnoho upravlinnia pidprijemstvamy. Available at: <https://econforum.duan.edu.ua/images/stories/Files/2015/14.pdf> (data zvernennia: 21.01.2023).
3. Petriashov D. V. Sozdanye systemy benchmarkynha na predpriyatyy. Available at: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/9_ukr/92.pdf (accessed: 01.02.2023).
4. Klebanova T. S., Yvanov V. V., Dubrovyna N. A. (2002) Metody prohnozyrovanyia: uchebn. posob. Kharkov: Yzd. KhHEU, 372 p.
5. Perehudov D. O., Sieliukov O. V., Krykhta V. V., Krasnik A. A. (2009) /Analiz osoblyvostei zastosuvannia ta klasyfikatsiia metediv prohnozuvannia u sferi rozvytku merezh ta telekomunikatsiinykh tekhnolohii *Visnyk Derzhavnoho universytetu informatsiino-komunikatsiinykh tekhnolohii*. T. 7. № 1. P. 27–40.
6. Horshkova T. (2012) Metody rozrakhunku konkurentospromozhnosti pidprijemstva. *Visnyk Dnipropetrovskoho universytetu. Ser. Ekonomika*. № 36 (1). P. 101–106.
7. Litvinova V. (2012) Hrafichni metody doslidzhennia u analizi rivnia konkurentospromozhnosti produktsii. *Biznes Inform*. № 4. P. 53–56.
8. Shulhina L. M., Yukhymenko V. V. (2015) Innovatsiinyi rozvytok pidprijemstv : monohrafiia. Kyiv : Nauk.tekhn. un-t Ukrainy «KPI», 212 p.
9. Makedon V. V., Valkov V. P., Fedora S. S. (2019) Udoskonalennia upravlinnia romyslovymy pidprijemstvamy na osnovi stratehii innovatsiinoho rozvytku. *Yevropeyskyi vektor ekonomichnoho rozvytku*. № 1 (26). P. 108–125.
10. Iukhymenko V. V. (2014) Formuvannia stratehii innovatsiinoho rozvytku pidprijemstv mashynobuduvannia: avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia kand. ek. nauk.: 08.00.04. Kyiv. P. 24.
11. Rohoza M. E., Verhal K. Iu. (2008) Vybir efektyvnoi stratehii innovatsiinoho rozvytku zasobamy teorii hrafiv. *Ekonomika: problemy teorii ta praktyky*. Vyp. 235. T. 3. 272 p.
12. Innovatsiinyi menedzhment: metod. posib. / ruk. B. E. Fishman; red. M. N. Skotnikov. Kyiv: RAMO, 1991. Ch. I. 112 p.
13. Innovatsii: problemy nauky i praktyky: monohrafiia. Kharkiv: INZhEK, 2006. 336 p.

Oksana Shatilo, Doctor of Philosophy (Economics), National Academy of Statistics, Accounting and Audit. **Characteristics of methods and models for the development of strategies for the innovative growth of enterprises.**

Annotation. The purpose of the article is to determine the most effective methods and models for developing strategies for the innovative development of the enterprise. **Research methodology.** Achieving the goal set in the article was achieved with the help of a set of theoretical, methodical and practical methods and models for the development and implementation of innovative enterprise development strategies. **The results.** It was determined that effective functioning of enterprises is impossible without correctly chosen for practical use, effective and, first of all, analytical methods. It is substantiated that from the point of view of the practice of use, it is advisable to combine analytical methods into three groups: heuristic, calculation and combined. It was found that despite the fact that strategic development models usually have certain differences, but according to observations, the vast majority of them necessarily include the following three components: analysis of the internal and external environment, development of the strategy itself, and organization of control. It has been analyzed that in the scientific literature on the strategic development of innovation processes, such well-known models as the rationalist model, which is based on the full awareness and conscious interest of the performers in the innovations planned for the future, are highlighted; behavioral, which involves taking into account the social and psychological needs of employees (practically, it coincides in its goals with organizational and managerial) and a system model, which is considered as a techno-social system, that is, as a conscious process based on a preliminary comprehensive analysis. **Practical significance of research results.** The practical use of the proposed methods and models for the development of innovative development strategies will increase the profitability of enterprises.

Keywords: methods, models, factors, strategy, innovations, enterprise, innovative development.