

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІНОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Витвицька О.Д., Виборна А.В.

*Національний університет біоресурсів і природокористування України,
м.Київ*

Поняття «стратегія» у сучасному розумінні — це сукупність усіх дій управлінського характеру, спрямованих на зміцнення позицій організації (підприємства, корпорації) і задоволення споживачів, які сприяють досягненню місії та цілей організації.

Стратегія — це комплексний план, що орієнтує організацію не на сьогоднішнє, а на перспективу. Метою стратегії є забезпечення не стільки поточного успіху, скільки прискореного постійного розвитку організації в умовах конкуренції, лідерства на ринку[1].

Особливість сучасного підходу до процесу формування інноваційних стратегій полягає у створенні системи так званого «нововвідного конвеєра». Суть цього підходу полягає в тому, щоб забезпечити постійне впровадження у виробництво нових, сучасніших виробів; постійно скорочувати всі види витрат; підвищувати якісні характеристики інноваційної діяльності; забезпечувати конкурентні переваги на ринку. З цією метою, наприклад, японські компанії прагнуть виготовляти будь-які, навіть найскладніші вироби на основі стандартів, легко керованих наборів операцій, які здійснюються на універсальному, гнучкому і в широкому діапазоні переналагоджуваному обладнанні. Американські компанії зробили ставку на прискорення комп'ютеризації всіх видів виробничих і управлінських процесів через створення адаптивних інформаційних систем, складного набору оптимізаційних моделей і кількісних методів, здібних швидко виявити та запропонувати варіант ліквідації будь-якого незапланованого відхилення на будь-якому етапі виробничого процесу[2].

Розроблення інноваційної стратегії передбачає прийняття стратегічних завдань (цілей), оцінку можливостей та ресурсів для їх використання; аналіз альтернатив; підготовку конкретних програм, проектів, бюджетів; оцінку сильних та слабких сторін діяльності суб'єктів з урахуванням обраних цілей.

Основний принцип формування стратегії розвитку в зовнішньому середовищі — максимальне використання сильних сторін підприємства, що забезпечують переваги порівняно з конкурентом.

Основним принципом формування стратегії розвитку внутрішнього середовища є максимальне використання внутрішніх резервів організації і послідовне усунення слабких сторін, що є «вузьким місцем» на шляху досягнення цілей.

Література:

1. Зайцев Л.Г. Стратегічний менеджмент: підручник/Л.Г. Зайцев, М.І. Соколова. - 2-ге вид., Перероб. і доп. - М.: Магістр, 2008. - 526 с.
2. Краснокутська Н. В. Інноваційний менеджмент: Навч. посібник./ Краснокутська Н. В. — К.: КНЕУ, 2003. — 504 с.