

ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

К.е.н. В.Б. Антонів

Львівський національний університет імені Івана Франка
Україна, м. Львів
vantoniv@gmail.com

На даний час у світі формується новий тип суспільства. Він базується на знаннях та інформації й орієнтується на управлінні інноваціями. За такої ситуації жодна компанія не може існувати без чітко сформульованої стратегії розвитку, оскільки часи, коли можна було створити процвітаючу компанію, опираючись виключно на здоровий глузд і мінімум спеціальних знань, давно закінчились.

Інноваційна стратегія – один із засобів досягнення цілей організації. Він відрізняється від інших засобів своєю новизною, для даної організації, для галузі ринку, споживачів, країни.

У літературі, термін «стратегія» має багато трактувань, які виділяють дві основні концепції стратегії [1, 2]: філософську та організаційно-управлінську.

Філософська концепція ґрунтується на загальному значенні стратегії для підприємства.

Організаційно-управлінська концепція подає стратегію як певний шаблон логічної і послідовної поведінки, який складається на підприємстві свідомо або стихійно.

Відповідно до філософської концепції, стратегія, яку використовує підприємство, є плановою (задуманою), а згідно з організаційно-управлінською – реалізованою (здійснюваною). Як показує досвід підприємств, далеко не кожна планова стратегія здійснюється. Стратегії необхідно не тільки формулювати, але й формувати. Доречно вміло сполучити обидва види стратегій і реалізація деякої комбінації продуманої і спонтанної стратегії (див. рис. 1).

Будь-яка організація для того, щоб вижити, повинна вміти вчасно реагувати на зовнішні зміни, вимоги до ринку, зростання конкуренції. В нинішніх ринкових умовах не може бути гарантом успішної діяльності

підприємства зовсім правильна й гнучка, але невчасно скоректована стратегія. Усі стратегії підприємства складаються із запланованих дій і швидких рішень, що стосуються адаптації до нових досягнень промисловості і нової диспозиції на полі конкурентної боротьби (див. рис. 2)

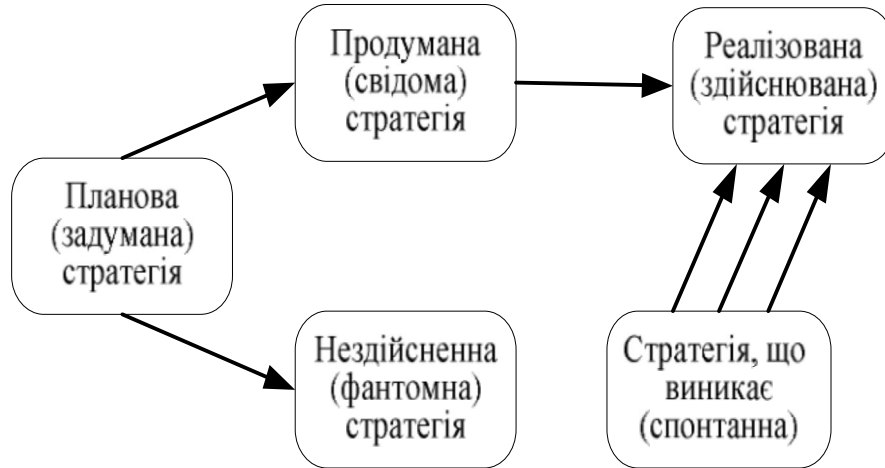


Рис. 1. Процес переходу від планової до реалізованої стратегії

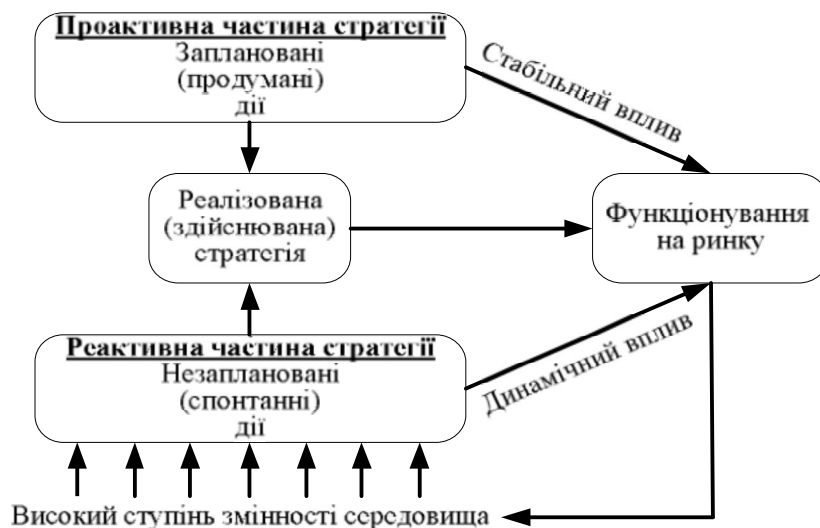


Рис. 2. Склад стратегії підприємства

Тому основним завданням формування стратегії підприємства є розроблення плану дій або наміченої стратегії, а також її адаптування до середовища, що швидко змінюється. У цьому полягає проактивність і реактивність стратегії. Звідси можемо зробити висновок, що інноваційна стратегія – динамічний процес.

ВИКОРИСТАНІ ДЖЕРЕЛА

1. Ансофф И. Стратегическое управление: Пер. с англ. – М.: Экономика, 1989.
2. Балабанов И.Т. Инновационный менеджмент: Учеб. пособие для вузов. – С.Пб.: Питер, 2001.