

ИННОВАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

На данном историческом этапе, в мире происходит множество изменений, происходящих в экономической, социальной, экологической сферах. Одновременно развиваются два взаимосвязанных глобальных процесса. Первый связан с усилением зависимости экономического развития от экологических ограничений: истощения ресурсов и достижения пределов в ассимилирующих возможностях природной среды. Суть второго выражает стремительное расширение секторов информационной экономики и экономики знаний, образующих базис постиндустриальной эпохи.

В принципиально новой экономике приобретает новое значение информация и коммуникации; стратегическое видение и организационная культура обуславливают конкурентное преимущество; возникают и активно действуют организации, занимающиеся исследованиями или научной деятельностью.

Все эти факты, для конкретных организаций означают ужесточение конкуренции и постоянное изменение традиционных внутренних и внешних стратегий организации. Поскольку не только конкурентоспособность, но и само выживание компании в изменчивом мире зависит от ее способности к постоянному обновлению, особое значение приобретает инновационная стратегия. Становясь критически важным элементом общей организационной стратегии, она призвана связать приоритеты перспективного развития компании с уровнем ее потенциальной инновационности, сделать новое качество производства и управления главным инструментом достижения цели компании.

Само слово «стратегия» (др.-греч. *Στρατηγία*, «искусство полководца»), имеет несколько значений:

- 1) способ действий;
- 2) общий, недетализированный план какой-либо деятельности, охватывающий длительный период времени, способ достижения сложной цели, являющейся

неопределенной и главной для управленца на данный момент, в дальнейшем корректируемой под изменившиеся условия управленца-стратега;

3) модель поведения.

В интересующем нас контексте, «стратегия» представляет собой детальный всесторонний комплексный план, предназначенный для того, чтобы обеспечить осуществление миссии организации и достижение ее целей.

Стратегическое управление является основой управления инновационной организацией и призвано ответить на следующие важные вопросы:

- * на какой стадии развития находится организация в данное время?;
- * на какой стадии хотели бы видеть ее через определенное количество лет?;
- * как можно достичь желаемого уровня развития организации?;
- * что для этого необходимо сделать?

Стратегический план должен обосновываться обширными исследованиями и фактическими данными. Чтобы эффективно конкурировать в сегодняшнем мире бизнеса предприятие должно постоянно заниматься сбором и анализом огромного количества информации об отрасли, конкуренции и других факторах. Он придает предприятию определенность, индивидуальность. Этот план открывает перспективу для предприятия, которое направляет его сотрудников, привлекает новых работников и помогает продавать изделия или услуги.

Наконец, стратегические планы должны быть разработаны так, чтобы не только оставаться целостными в течение длительных периодов времени, но и быть достаточно гибкими, чтобы при необходимости можно было осуществить их модификацию и переориентацию. Общий стратегический план следует рассматривать как программу, которая направляет деятельность фирмы в течение продолжительного периода времени, давая себе отчет о том, что конфликтная и постоянно меняющаяся деловая и социальная обстановка делает постоянные корректировки неизбежными.

Важнейшая характеристика новой экономики - интенсификация инновационных процессов, превращение их в фактор экономического роста. Его параметры в значительной мере определяются кардинально новыми технологиями, продукцией и бизнес моделями.

Сегодня только те организации, которые ориентированы на постоянное технологическое, организационное и кадровое усовершенствование, т.е. уделяют достаточно внимания внедрению инноваций в работу, могут рассчитывать на успех в долгосрочной конкуренции.

Обобщая все вышесказанное, необходимо выделить, что концепция экономического роста, которая подходит к анализу материального производства с чисто экономической точки зрения, была применима, пока природные ресурсы казались неисчерпаемыми в силу ограниченного воздействия производственной деятельности человека. В настоящее время общество приходит к пониманию того, что экономическая деятельность является лишь частью общечеловеческой деятельности и экономическое развитие должно рассматриваться в рамках более широкой концепции общественного развития.

Наряду с концентрацией уровень конкурентоспособности будет определяться такими факторами, как развитие производства новых видов продукции и стимулирование становления новых потребностей. С ними связаны тенденции продолжения роста затрат на исследовательские и опытные разработки, рекламу и маркетинг.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Афонин И.В. Инновационный менеджмент: учеб. пособие - М.: Гардарики, 2007. - 224 с.
2. Базилевич А.И. Инновационный менеджмент предприятия: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и

управления / А.И. Базилевич; под ред. В.Я. Горфинкеля. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. - 231 с.

3. Зайцев Л.Г., Соколова М.И. Стратегический менеджмент: учебник / Л.Г. Зайцев, М.И. Соколова. - 2-е изд., перераб. И доп. - М.: Магистр, 2008. - 526 с.

4. Инновационный менеджмент: Учебник. / Под ред. Проф. В.А. Швандара, проф. В.Я. Горфинкеля. - М.: Вузовский учебник, 2006. - 382 с.