

ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ТРАНСПОРТНОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Станчев В.О.

Науковий керівник – доц. каф. «Обліку, аналізу та аудиту»,

канд. екон. наук Кірсанова В.В.

Транспорт — важлива складова частина економіки України, оскільки він є невід’ємною ланкою між регіонами, галузями та підприємствами. Економічний розвиток промислово-господарських організацій залежить від функціонування транспортних підприємств і тому ставить до них особливі вимоги. Його ефективне функціонування забезпечує стабілізацію структурних перетворень економіки, розвиток зовнішньоекономічної діяльності, підвищення життєвого рівня населення.

Вітчизняні транспортні підприємства, як і інші промислово-господарські організації, перебувають у стані адаптації до ринкових умов роботи, тому виникає потреба в проведенні відповідних заходів щодо вдосконалення діяльності таких підприємств, організації нових виробничих відносин. Одним з дієвих заходів може стати формування інноваційної стратегії, здійснення якої дасть змогу забезпечити економічну стабільність функціонування транспортних підприємств.

Інноваційна стратегія - один із засобів досягнення цілей організації, який відрізняється від інших засобів своєю новизною, передусім для даної організації, для галузі ринку, споживачів, країни в цілому. На початковому етапі формування інноваційної стратегії підприємству слід визначити її тип. Існують кілька типів стратегій, це — наступальна, імітаційна і комбінована стратегії. Обравши, імітаційну стратегію з поступовим переходом до наступальної і досягнувши певного успіху, керівництво підприємства не повинно чекати стадії спаду, а має відразу ж провести системні заходи з метою підвищення технологічного рівня інновацій. Таким чином підприємство перейде до наступальної стратегії, яка ґрунтується не на окремій інновації, а на їх серії.