

Аліна Джулій

студентка 4 курсу спеціальності «Менеджмент»

Науковий керівник: **Покотильська Н.В.**,

к.е.н., доцент кафедри менеджменту, публічного управління та

адміністрування,

Подільський державний аграрно-технічний університет,

м. Кам'янець-Подільський

УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Уперше термін «інновація» був ужитий на початку ХХ століття основоположником теорії інновацій та інноваційного розвитку Й. Шумпетером, який розглядав інновації й інноваційну діяльність як рушійні сили економічного розвитку. Інновація (нововведення), за Й. Шумпетером, – це втілення в життя нової комбінації ресурсів (продуктивних сил), що здатна задовольняти нові потреби [1]. Він вважав, що основним механізмом розвитку економіки є конкуренція, заснована на інноваціях, яка призводить до «творчого руйнування» вже сформованих галузей і ринків, а також творчість людини, новатора-підприємця, здатного втілити нові ідеї в ефективні економічні рішення. Більш поширеними є погляди на інновацію як результат інноваційної діяльності. Зокрема, за Законом України «Про інноваційну діяльність» інновації розглядаються як результат інноваційної діяльності – новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоспроможні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери.

Розв'язання стратегічних завдань розвитку організації забезпечується створенням динамічної і гнучкої системи управління, яка спирається на широке делегування повноважень тим рівням менеджменту, що можуть продукувати інноваційні ідеї і втілювати їх у життя. А координація усіх робіт із залучення

інновацій у практику роботи підприємства чи їх створення власними силами здійснюється підсистемою управління інноваціями.

Управління інноваціями – це підсистема загального менеджменту, завданням якої є ефективне управління процесом розроблення, запровадження, виробництва та комерціалізації інновації з узгодженням відповідних управлінських рішень із системою операційного (виробничого), маркетингового, фінансового і кадрового менеджменту [2].

Управління інноваційною діяльністю, будучи складовою менеджменту сучасного підприємства, охоплює планування, організування та стимулювання інноваційної діяльності, реалізації інноваційних проектів, розрахованих на отримання конкурентних переваг і зміцнення ринкових позицій підприємства. З огляду на масштабність і різноплановість зазначених завдань управління інноваційною діяльністю охоплює стратегічні й оперативні аспекти. Стратегічне управління інноваційною діяльністю полягає у прогнозуванні глобальних змін в економічній ситуації та пошуку і реалізації масштабних інноваційних проектів, спрямованих на забезпечення ефективного функціонування і розвитку організації у тривалій перспективі [3].

Оперативне управління інноваційною діяльністю полягає у складанні календарних планів-графіків виконання робіт і контролюванні їх виконання; вивченні економічних, організаційно-управлінських, соціально-психологічних факторів, що впливають на здатність організації здійснювати інноваційну діяльність; розробленні ефективних організаційно-економічних форм організування інноваційної діяльності. Оперативне календарне планування конкретизує виробничі завдання у просторі і часі, даючи змогу менеджерам середнього і нижчого рівнів ставити перед підлеглими чіткі цілі та завдання, забезпечувати їх необхідними матеріальними та інформаційними ресурсами, координувати їхні дії відповідно до загальних термінів реалізації проекту, розробляти коригувальні заходи у разі відхилення від запланованого графіка робіт. Важливим завданням керівництва вважають стимулювання позитивного сприйняття інноваційних змін усіма працівниками організації з метою

уникнення прихованого опору частини працівників. Йдеться про розроблення механізму стимулювання творчого пошуку, винахідництва, ініціювання дослідницьких проектів щодо перспективних напрямів діяльності організації. Тому оперативне управління інноваційною діяльністю організації передбачає розроблення системи стимулювання з метою заохочення ініціативи, участі в інноваційних змінах, обговоренні проблем, що виникають у процесі впровадження новації, тощо. Як відомо, інноваційна діяльність є досить складним та ресурсномістким процесом. Однак, досить часто підприємства приймають рішення про початок реалізації інноваційних проектів не усвідомлюючи всі реалії, які містить в собі інноваційна діяльність. В результаті цього, на певному проміжку часу підприємство опиняється в ситуації, коли проект не має можливості подальшого розвитку, а ресурси, що були витрачені на його початок та перші етапи вже повернути неможливо. Таким чином, виникає необхідність розробки комплексної, нескладної в застосуванні, методики, яка б дозволила визначати певний інтегральний показник чи комбінацію показників, що могли б бути покладені в основу прийняття рішення про доцільність реалізації інноваційного проекту в існуючих ринкових умовах.

Організація та управління інноваційною діяльністю здійснюються фахівцями різних функціональних служб і різних рівнів управління. Завдання менеджерів щодо впровадження новацій залежать від рівня управління. Важливою складовою інноваційної діяльності є праця висококваліфікованих технологів, конструкторів, маркетологів, економістів, фінансистів, які виконують специфічні функції з технологічного проектування та конструювання новацій, забезпечення фінансами науково-дослідних і проектно-пошукових робіт, калькулювання витрат ресурсів, цінового проектування, просування товару на ринок тощо. Однак лише частина працівників, задіяних у процесі створення інновації, бере на себе відповідальність за прийняття рішення щодо її практичного використання на підприємстві. Такі рішення, як правило, ризиковані і приймаються здебільшого вищим керівництвом підприємства або його власником. Тих, кому часто доводиться ініціювати

залучення інновацій, називають інноваторами. Інноваторами є і фірми, які радикально змінюють свою діяльність, диверсифікують її відповідно до нових вимог ринку, використовують інноваційні підходи у взаємодії з партнерами, споживачами тощо. Інноватор може ініціювати наукові дослідження та розроблення новинки силами самої фірми, а також придбання інновацій, що довели свою практичну цінність, в інших фірмах і їх подальше вдосконалення. Інноваційна діяльність підприємства спрямована на створення і залучення із зовнішнього середовища таких інновацій, які б сприяли підвищенню його конкурентоспроможності, зміцненню ринкових позицій, забезпечували перспективу розвитку. Однак можливості різних підприємств щодо залучення інновацій відрізняються, що зумовлено передусім існуючими ресурсними обмеженнями, особливо фінансовими [4].

Підприємці мають уміти простежувати нові можливості у звичному, поєднувати по-новому те, що раніше не поєднувалось, знаходити нові сфери застосування продукту, що задовольняв традиційні потреби, тощо. Джерелами нових ідей можуть бути спілкування із колегами чи друзями, дослідження поведінки споживачів, спостереження за роботою інших фірм, публікації у засобах масової інформації чи галузевих наукових виданнях, відвідування виставок, презентацій, участь у бізнесових форумах.

Список використаної літератури

1. Управління інноваціями : навч. посібник / О.І. Гуторов, Л.І. Михайлова, І.О. Шарко, С.Г. Турчіна, О.В. Киричок. Харків: «Діса плюс», 2016. 266 с.
2. Ілляшенко Н.С. Організаційно-економічні засади інноваційного маркетингу промислових підприємств : монографія. Суми : СумДУ, 2011. 192 с.
3. Покотильська Н. В. Науково-фінансове забезпечення та активізація інноваційної діяльності в Україні. Вісник Одеського національного університету. Економіка. Том 20. Випуск 5. Одеса. 2015. С. 67-71.
4. Покотильська Н. В. Проблеми інноваційно-інвестиційної діяльності підприємств України в сучасних умовах. Збірник наукових праць Подільського

державного аграрно-технічного університету. Вип. 22. Т. 2. Економічні науки.
ПДАТУ. 2014. С. 176-180.

