

Горіховська А.В.

Здобувач вищої освіти ОС «Бакалавр»
Спеціальності 193 «Геодезія та землеустрій»

Науковий керівник: **Заходим М.В.**,
канд. екон. наук, доцента кафедри економіки,
підприємництва, торгівлі та біржової діяльності
Подільський державний аграрно-технічний університет,
м. Кам'янець-Подільський

СУЧАСНА ПАРАДИГМА СТРАТЕГІЧНОГО ТА ІННОВАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Історія управління має своє глибоке та загадливе коріння, яке поширювалося крізь глибокі віки до нашої ери. Проблеми управління переслідували нас з початку появи людини, вчені знайшли помилки у стародавніх записах на єгипетських папірусах, і на глиняних табличках з міжгір'я Тигру. Вміння керувати виробництвом чи іншим процесом завжди вважалося мистецтвом, талантом або вмінням. Важливо завжди знати чим ти керуєш і як, бо від твоїх дій і слів залежить доля підприємства, робота персоналу та інші. [1]

Не зважаючи на бурхливі дискусії, які точаться навколо поняття «менеджмент», однозначно ми можемо дати своє визначення. Менеджмент – насамперед це основа будь-якої компанії; це процес планування, організації; це людина яка відповідальна за досягнення цілі та розробляє план завдань бізнесу, роздає процеси та здійснює контроль.

Стратегічний менеджмент (іншими словами можна сказати «мистецтво управління») – це насамперед складений план людиною, який охоплює певний проміжок часу, для досягнення покладеної мети. Сам термін «стратегічне мистецтво» з'явився наприкінці 50-х років ХХ ст., що проводить паралель між поточним управлінням на виробництві нижчого рангу і управлінням на організації вищого рангу, а також зміну погляду людей на економіку в різних умовах і процесах.

З кожним роком для нас вирішення проблем в організації чи інших

установах або внесення різких змін призводить до створення нових можливо і не стандартних ідей. Для того щоб захопити ринок потрібно мислити на хід вперед за конкурента. Зовнішнє середовища виробництва є тяжкий, то ж потрібно кожним разом створювати новий стратегічний план під контролем керівника.

Роль керівника у процесі створення є велика, оскільки він спостерігає за створенням план і дає підказки. Метою менеджменту є сформувати цю кількість людей у групу, так щоб вона приносила прибуток і ідеї, а не збиток. Поставити завдання персоналу за їхніми класифікацією і здібностями, керівник завжди має спостерігати за процесом роботи, якщо у підлеглі працівники не справляються потрібно зробити перестановку з завданнями до кожної людини, або підсилити ще плюс персоналом. Також стратегічний менеджмент повинен уловлювати невлітими зв'язки між ідеями, думками та діями. Інколи випадкова ідею будь – якого працівника різного рівня, може вийти у стратегічний план, з дозволу керівника. Кожна організація вітає відкритість своїх менеджерів та безпосередніх виконавців – надає їм можливість ділитися своїми проблемами та пропозиціями, водночас вимагаючи, щоб перші весь час взаємодіяли з другими. Як стверджує Пітер Фердинанд Друкер: «Найважливішими словами в мові менеджера є: 5 найважливіших слів "Що ви про це думаєте?"; 4 найважливіших слова: "Якщо ви не заперечуєте?"; 3 найважливіші слова: "Я пишаюся вами!"; 2 найважливіші слова: "Дякую вам!"».

Інноваційний менеджмент – це сукупність економічно-організаційних методів, форм управління різними стадіями і процесами організації, для одержання максимального ефекту. Для створення даного проекту, потрібно застосовувати новизну: інноваційні підходи і методи, тобто це є інноваційний менеджмент. Інновація включає в себе продуктивні сили: підвищення знань працівників застосовування для цього курсів, засоби виробництва; і виробничі відносини: форми і методи управління, спеціалізації і комерції праці. Управління інноваційною діяльністю передбачає спеціальні засоби, що зумовлені особливостями інноваційного процесу [2].

Для підвищення ефективності інновацій потрібний певний комплекс, а саме створення атмосфери творчості, спонукаючи до створення нових ідей; націленість пошуку та створення планів на потреби ринку; визначення пріоритетних напрямів інноваційних змін виходячи з цілей і завдань фірми тощо. В кінцевому результаті, якщо інновація виконала свою функцію, то наступним кроком буде прийняття рішень щодо інновації: чи залишити її і розвивати чи відкинути її як рутину. Якщо всі згодні для збереження то наступним кроком буде дифузія інновації. Тобто інновацію розглядають в нових умовах, ситуаціях, організаціях, колективах, виробництвах, регіонах тощо. Результатом інноваційного менеджменту можна вважати розширення інноваційних можливостей і зміцнення конкурентоспроможності навчального закладу. Такий заклад приваблює творчих особистостей; у ньому позитивно сприймаються креативні ідеї, нагромаджується інноваційний потенціал та розвивається інноваційна культура; формується імідж організації, яка постійно впроваджує інновації, підтримує дух новаторства[3].

Отже, узагальнюючи викладене ми можемо дійти висновку, що стратегічне планування і контроль є складовою розробки стратегії, і відповідно, невід'ємним елементом стратегічного управління. А при розробці стратегії необхідно не забувати поєднувати інтуїції і мистецтво, високого професіоналізму і творчості менеджерів і залучення всіх працівників до реалізації стратегії. Основною задачею інноваційного менеджменту є організація і управління інноваційними проектами організації, тобто це є ідеї на яких будується план.

Список використаних джерел

1. Горіховський М. В., Горіховська А. В. Актуальність проблеми менеджменту в контексті інноваційного розвитку бізнесу. Актуальні проблеми сучасного бізнесу: обліково-фінансовий та. 2019. С. 21.
2. Балабанов И.Т. Инновационный менеджмент. СПб. : Питер. 2001. С. 304.
3. Мармаза, О. І. Інноваційний менеджмент в освіті: сутність, функції, засоби. Педагогіка формування творчої особистості 36. 2014. С. 309-316.