

УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ НА МІКРОРІВНІ НА ПРИКЛАДІ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА

Т.В. Аверіхіна, к.е.н.

А.С. Чебан, студент

Одеський національний політехнічний університет

У сучасних умовах господарювання величезну роль у розвитку виробничого підприємства відіграє його науково-технічний потенціал. Щоб стати лідером у своїй галузі, необхідно постійно вдосконалюватися. Це стосується усього: асортименту продукції, матеріальної бази, технології виробництва, кваліфікації кадрів тощо. Впроваджуючи нові технології виробництва, скорочується час на виготовлення одиниці продукції, а пропонуючи споживачам нову, більш якісну продукцію, компанія завойовує авторитет та прихильність покупців, тому управління інноваціями є неймовірно важливим аспектом діяльності будь-якого підприємства.

Управління інноваційним розвитком здійснюється на декількох рівнях: рівні держави, рівні регіону чи галузі, рівні конкретного суб'єкта господарської діяльності. Перші два представляють макрорівень управління, а останній – мікрорівень.

Макрорівень управління містить елементи механізмів регулювання: державного регулювання ринкових процесів, правового регулювання підприємницької діяльності, соціального регулювання, політичного регулювання і т.п. Мікрорівень конкретизує варіанти дій окремих суб'єктів підприємницької (господарської) діяльності з пошуку варіантів розвитку ринкових можливостей, які спираються на безупинну і послідовну розробку і виведення на ринок різного роду новацій, з метою забезпечення тривалого виживання і стійкого розвитку в конкурентному середовищі [1].

На сьогоднішній момент часу в галузі управління інноваційними процесами на мікрорівні найбільш ефективним визнається застосування програмно-цільового підходу, оскільки найбільший результат від практичного впровадження нововведення можна отримати тільки тоді, коли управління ґрунтується на системі цілей, ув'язаних один з одним певною ієрархією.

Основні принципи програмно-цільового підходу можна представити таким чином:

– кінцева мета програми визначається конкретно і точно, формулюється результат і порядок його подання;

– планування керованого процесу проводиться по відношенню до кінцевої програмою комплексно, тобто до плану реалізації включаються всі роботи, виконання яких диктується поставленою метою, незалежно від характеру работ та приладдя виконавців до різних підрозділів;

– визначається персональна відповідальність за виконання кожного завдання і частини програми;– прогнозуються можливі уявлення прийнятих рішень.

Таким чином, діяльність будь-якого економічного суб'єкта повинна починатися з визначення цілей. Наприклад, організація може ставити перед собою такі цілі, як отримання заданої величини прибутку, «захоплення» одного або декількох секторів ринку збуту, розмір виплачуваних дивідендів та ін. Поставлені цілі, з одного боку, повинні узгоджуватися з такими показниками, як положення в галузі, масштаб фірми (великий, середній, дрібний), розвиток (інтенсивне, екстенсивне), поведінка на ринку (відсутність диференційованого підходу до різних секторів ринку; робота з декількома ринковими секторами і наявність свого окремого пропозиції для кожного; концентрація на єдиному досить великій секторі одного або декількох ринків), організаційна структура та інші фактори. З іншого боку, названі фактори можуть бути змінені для досягнення поставлених цілей.

Корпоративна стратегія визначає перспективи розвитку підприємства в цілому. Вона спрямована на виконання місії підприємства і найбільш комплексно забезпечує реалізацію головної мети підприємства – максимізацію добробуту його власників.

Функціональні стратегії підприємства формується, як правило, за основними видами його діяльності в розрізі найважливіших функціональних підрозділів підприємства.

Стратегії господарських одиниць підприємства спрямовані зазвичай на вирішення двох основних цілей: забезпечення конкурентних переваг конкретного виду бізнесу і підвищення його прибутковості. Прийняті на цьому рівні стратегічні рішення пов'язані зазвичай із створенням нових продуктів, розширенням або скороченням існуючих товарних ліній, інвестиціями в нові технології, обсягом відрахувань на рекламу, роботою компанії в певних регіонах та ін. [2].

Отже, під інноваційною політикою на макрорівні розуміється основоположна лінія дій, система заходів в області управління інноваційним

розвитком фірми у відповідності з поставленими цілями і прийнятою стратегією. Головне завдання інноваційної політики – досягти поставлених на більш високому рівні управління цілей і реалізувати розроблену стратегію.

Крім програмно-цільового підходу при управлінні інноваціями також слід застосовувати наукові підходи, системний, маркетинговий, функціональний, відтворювальний, нормативний, комплексний, інтеграційний, динамічний, процесний, кількісний (оптимізаційний), адміністративний, поведінковий, ситуаційний і інші підходи.

Список використаних джерел

1. Рудь Н.Т. Електронний посібник з дисципліни: Економіка і організація інноваційної діяльності [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://elib.lutsk-ntu.com.ua/book/fb/pesp/2012/12-40/page10.html>

2. Инновационная политика. Учебник / [Арутюнов Ю.А, Филип С.А., Кузнецов Б.Т. и др.]; под ред. Л.А. Гончаренко. – М.: Юрайт, 2014.

ІННОВАЦІЇ ЯК ФАКТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

*Т.Ю.Соборайчук, студентка
Науковий керівник: І.М.Суворова, к.е.н., доцент
Національний авіаційний університет м. Київ*

На сьогоднішній день інноваційна активність підприємства виступає однією з головних умов формування конкурентоспроможної стратегічної перспективи його розвитку, а впровадження інновацій – розглядається як єдиний спосіб підвищення конкурентоспроможності товарів, утримання високих темпів розвитку і прибутковості.

Проблемам розвитку науково-дослідної та інноваційної сфери присвячені праці вітчизняних та зарубіжних вчених-економістів, серед як праці П. Друкера, Б. Твісса, Р. Солоу, Є. Тофлера, О. Амосова, Ю. Бажала, В. Воронкової, І. Вініченко, В. Яковець, І. Павленка та інших.