

УДК: 339.138

Олександр ЛУЦІЙ

*професор кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі
Національний університет біоресурсів і природокористування України
Lutsiy_alex@ukr.net*

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ЯК СУБ'ЄКТ УПРАВЛІННЯ

INNOVATIVE ACTIVITY OF ENTERPRISES AS A SUBJECT OF MANAGEMENT

В доповіді розглянуті складові характеристики об'єкту та суб'єкта управління інноваційною діяльністю підприємств, визначені основні етапи інноваційної діяльності. Особлива увага приділяється стадії інституалізації результатів інноваційної діяльності, предметно-методологічним особливостям впливу на ці процеси. Останні два етапи в наведеній у доповіді моделі залишається найменше вивченими, оскільки вони мають достатньо абстрактний характер та протилежні трактування у багатьох науковців.

Ключові слова: суб'єкт, об'єкт управління, інноваційна діяльність, модель управління інноваційною діяльністю, інституалізація результатів інноваційної діяльності підприємств.

The article considers the constituent characteristics of the object and subject of management of innovation activity of enterprises, identifies the main stages of innovation activity. Particular attention is paid to the stage of institutionalization of the results of innovation activity, subject-matter and methodological features of influence on these processes. The last two stages in the model presented in the report remain the least studied, as they are rather abstract and have opposite interpretations by many scholars.

Keywords: subject, object of management, innovation activity, model of management of innovation activity, institutionalization of results of innovation activity of enterprises.

З методологічної точки зору з рисунку 1 видно, що як об'єкт управління інноваційна діяльність виступає у вигляді чітко структурованої і керованої системи. Суб'єкт управління, який здійснює вплив на цю систему, досягає необхідного результату (або певної новації), що буде придатним для практичного використання. Кожне підприємство прагне розповсюдити свій ексклюзивний продукт (або досягнення) якомога ширше, щоб забезпечити собі надприбуток. Тому в цій схемі було б цілком доречним додати ще і третій блок, а саме стадію маркетингу, який передбачає пошук та формування потреб потенційних споживачів на ринку інноваційної продукції (рис 2).



Рисунок 1 – Етапи інноваційної діяльності

Джерело: розроблено автором на основі [2,3].

По суті третій блок – це стадія інституалізації результатів. В залежності від форми власності фірми формуються відповідні органи управління інноваційною діяльністю, що мають враховувати наступні предметно-методологічні особливості впливу на ці процеси.

1. Досягнення науково-технічного прогресу – це засоби підвищення результативності техніко-економічної діяльності компанії, досягнення визначених економічних результатів, завдань господарського та фінансового розвитку підприємств.

2. Обрання пріоритетних напрямів науково-технічного розвитку компанії – це ключовий метод підвищення ефективності управління дослідженнями та науково-практичними розробками, в основі якого покладені принципи стратегічного планування, що впливають із результатів довгострокового характеру, вибору пріоритетів науково-технічного розвитку та формування на їх основі стратегії інноваційного розвитку компанії – головного завдання органів управління інноваційною діяльністю.

3. Наукове обґрунтування планів та програм науково-дослідних та досвідно-конструкторських розробок, що має здійснюватись з урахуванням законів і тенденцій науково-технічного та економічного розвитку компанії, її виробничих та фінансових процесів; поточних та прогнозованих проблем, які можуть уповільнити подальший розвиток компанії.

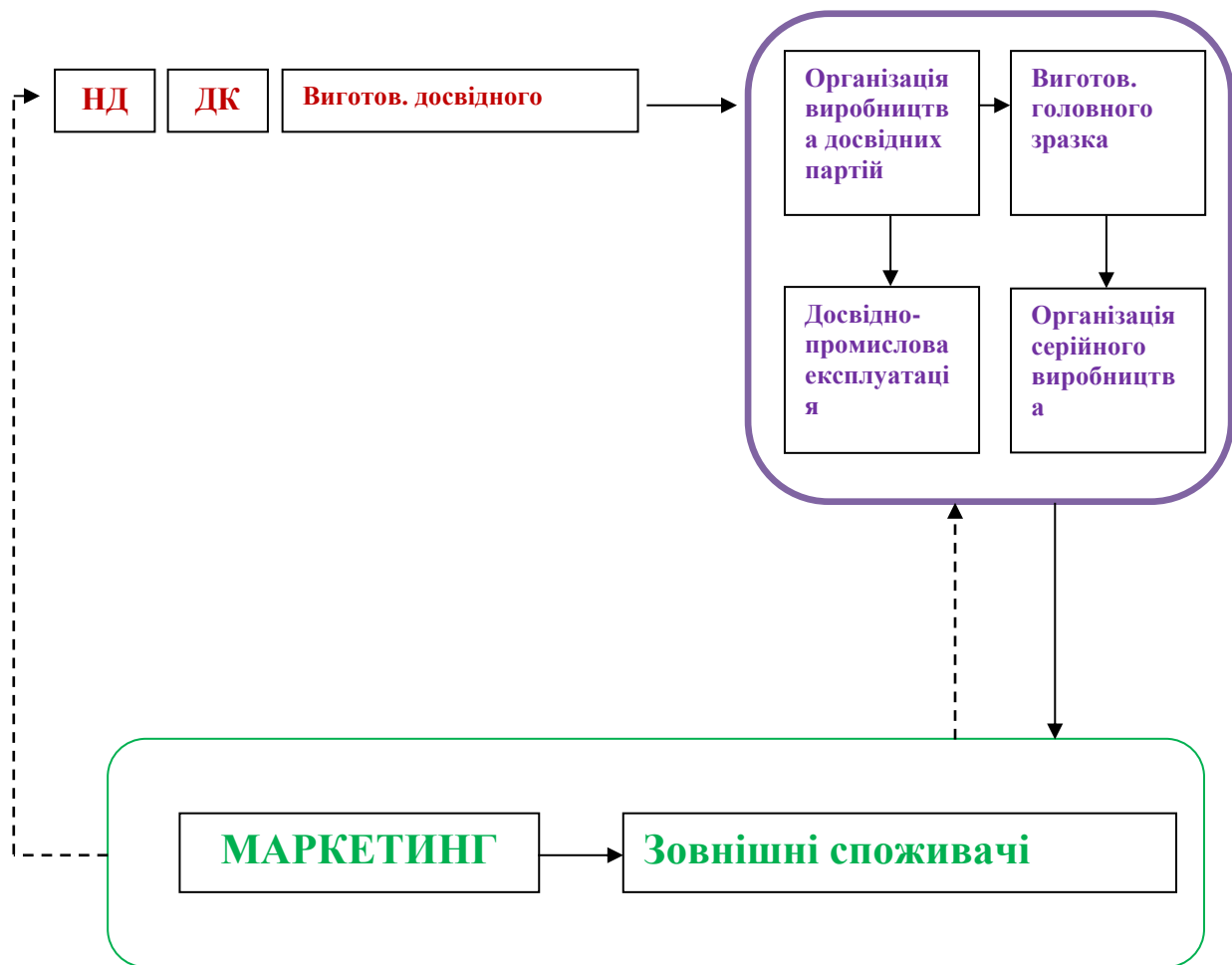


Рисунок 2 – Етапи інноваційної діяльності з урахуванням інституалізації

Джерело: доопрацьовано автором на основі [1].

4. Комплексність планування інновацій, яка означає системний взаємозв'язок усіх планів, що розробляються в компанії, методів планування на засадах фінансової збалансованості всіх економічних показників.

5. Гнучкість та еластичність планування інновацій, яка зумовлює необхідність оперативної реакції кожного з планів на можливі відхилення в ході виконання робіт або на будь-які зміни факторів внутрішнього чи зовнішнього середовищ компанії.

6. Безперервність планування інновацій – це залежність та взаємозв'язок планів різної тривалості, а також дотримання вимоги постійного корегування запланованих показників у відповідності зі змінами умов виробництва та відхиленнями в процесі виконання.

7. Включення до числа пріоритетних науково-дослідних програм, досліджень та розробок, що спрямовані на комплексне вирішення ідентифікованих проблем на всіх стадіях інноваційної діяльності: від проєктивних досліджень і аж до кінцевого промислового виробництва нових видів продукції або послуг.

8. Визначення очікуваного комерційного ефекту від розробки та впровадження нових технологій (техніки) в межах кожного інвестиційного проєкту. Новітня розробка стає інноваційною лише тоді, коли її використання

приносить комерційну вигоду конкретному споживачу науково-технічної продукції.

9. Створення відповідних правових, економічних, організаційних та інших умов, що сприяють розробці та впровадженню інновацій. В протилежному випадку, як показує багаторічний досвід вітчизняних підприємств, розроблені технології, які навіть мають назви пріоритетних, можуть виявитися нікому не потрібними або, навпаки, безкоштовно привласненими іноземними фірмами-конкурентами. Для запобігання цим процесам рекомендується застосовувати нову форму науково-виробничої діяльності – інноваційні проекти, які охоплюють всі принципи і види робіт, що пов'язані зі створенням нових технологій та механізми впровадження та реалізації проектів.

Останні два етапи в наведеній моделі залишається найменше вивченими, оскільки вони мають достатньо абстрактний характер та протилежні трактування у багатьох науковців. Таким чином саме ця стадія інноваційної діяльності підприємства вимагає систематичних пошукових досліджень та подальших проектних розробок.

Список використаних джерел

1. Маркетинг. Менеджмент. Інновації: монографія /за ред. д.е.н., професора С.М. Ілляшенка. Суми: ТОВ «Друкарський дім «Папірус», 2010. 621 с.
2. Шафалюк О.К. Товарна інноваційна політика: Підручник. К.: КНЕУ, 2019. 266 с.
3. Чухрай Н. Товарна інноваційна політика: управління інноваціями на підприємстві: Підручник/ Н. Чухрай, Р. Патора. К.: Кондор, 2006. 398 с.
4. Українські наукові журнали Scopus та Web of Science. URL: <https://openscience.in.ua/ua-journals> (дата звернення 15.10.23).