

ІННОВАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ НА ПІДПРИЄМСТВІ В РИНКОВИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

У сучасних умовах орієнтації української економіки на підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств надзвичайно важливе значення надається активізації інноваційної діяльності. Адже саме розвиток інновацій та НТП є рушійною силою для підвищення якості продукції підприємства, зниження витрат виробництва, зростання рентабельності та підвищення конкурентоспроможності підприємства на ринку.

Питанням та проблемам інноваційного менеджменту на підприємстві присвячено багато досліджень відомих українських та зарубіжних вчених-економістів. У той же час велика кількість питань щодо удосконалення механізму формування ефективної системи інноваційного менеджменту для підприємств в ринкових умовах ведення бізнесу залишаються й досі не висвітленими на системній основі та потребують вирішення у теоретичних, методичних та практичних аспектах.

Багато авторів розглядають інноваційний менеджмент як функціональну систему управління та виділяють його як різновид функціонального менеджменту, а безпосереднім об'єктом такого менеджменту вважають проведення інноваційних процесів у всіх сферах економіки країни. Слід відмітити, що головною метою функціонального інноваційного менеджменту стає досягнення ефективного управління процесами розроблення, впровадження, виробництва та перетворення інновації на комерційний продукт, для чого необхідним стає досягнення синхронізації всіх функціональних підсистем підприємства, вдосконалення координуючих процесів операційної системи у процесі виробництва продукту, ефективне управління персоналом організації та здійснення безперервного контролю за перебігом інноваційних процесів.

Інновації мають величезне значення у сучасній економіці як окремої компанії, так держави у цілому. Інновації є основним чинником створення умов високих конкурентних переваг. У зв'язку з цим зростає роль інноваційного менеджменту як механізму господарського впливу, який спрямований на створення, просування і реалізацію інновацій [1, с. 17].

Мета інноваційного менеджменту – забезпечити ефективне функціонування інноваційного процесу в межах підприємства, з метою підвищення його конкурентоспроможності на ринку на довгострокову перспективу. Відповідно до мети, основними цілями інноваційного менеджменту є [2, с. 18]:

- забезпечення довгострокового функціонування інноваційного процесу на основі ефективної організації всіх його складових елементів і систем;

- створення конкурентоспроможної інноваційної продукції, найбільш ефективним і оптимальним шляхом.

Інноваційний менеджмент доцільно розглядати з позицій системного підходу як ієрархічну, складну, багатокомпонентну, відкриту, адаптивну (здатну до самоорганізації, саморегулювання, саморозвитку), динамічну систему ймовірнісного характеру. Він характеризується складністю структури, наявністю численних елементів зі складними взаємозв'язками, динамічністю поведінки в цілому та окремих елементів системи, існуванням чіткої ієрархії, що формувалась на основі окремих цілей. Як вид діяльності та процес прийняття управлінських рішень інноваційний менеджмент являє собою сукупність процедур, що утворюють загальну схему управління інноваційним процесом. Ця сукупність складається з відповідних функцій управління, кожна з яких розпадається на окремі види роботи (етапи), що пов'язана з багатогранною діяльністю підприємства і виконуються у відповідній послідовності. Виділення функцій в інноваційному менеджменті зумовлене різноманітністю управлінської діяльності в ланцюзі: ідея наукові дослідження розробки проектування виробництво реалізація інновацій [2, с.23].

До основних функцій інноваційного менеджменту належать наступні [2, с. 23-24]:

1. Формування інноваційних цілей. Процес формування інноваційних цілей є однією з важливих процедур інноваційного менеджменту і складовою всіх планових розрахунків в інноваційній сфері. Інноваційні цілі пов'язані з місією фірми, стратегіями, життєвим циклом інновацій і організації в цілому та є орієнтиром інноваційної діяльності на задані періоди. Кінцева мета інноваційного менеджменту полягає в тому, щоб забезпечити довгострокове функціонування підприємства на основі ефективної організації інноваційних процесів і конкурентоспроможності інноваційної продукції;

2. Прогнозування. Функція прогнозування в інноваційному менеджменті спрямована на розроблення прогнозів науково-технічного розвитку на тривалу перспективу. Під прогнозом розуміється науково обґрунтована думка про можливі зміни техніко-економічного, технологічного, соціального стану об'єкта управління в цілому і його окремих частин. Основним завданням функції прогнозування є пошук найефективніших шляхів розвитку досліджуваного об'єкта на основі всебічного ретроспективного аналізу та вивчення тенденцій його змін;

3. Планування. Планування як функція інноваційного менеджменту полягає в обґрунтуванні основних напрямів і пропорцій інноваційної діяльності відповідно до прийнятих прогнозів та цілей розвитку, можливостей ресурсного забезпечення, інноваційного потенціалу організації, попиту ринку. Функція планування охоплює весь комплекс заходів як з розроблення планових завдань в інноваційному процесі, так і з упровадження їх практично. Значення функції планування полягає в тому, що в процесі планових розрахунків забезпечується деталізація цілей інноваційної діяльності, доведення їх до окремих структурних підрозділів і виконавців, визначення складу необхідних ресурсів, узгодження черговості та строків реалізації проектів, програм і окремих робіт, установлених на певний період;

4. Організація. Сутність цієї функції в інноваційному менеджменті полягає в забезпеченні виконання планових завдань і об'єднання людей, які спільно реалізують інноваційні плани, програми, проекти на базі

відповідних правил і процедур. До останніх належить створення органів управління, відповідної організаційної структури управління, встановлення взаємозв'язків між підрозділами, розподіл інформації за підсистемами менеджменту. Функція організації забезпечує раціональне поєднання в просторі та часі всіх елементів інноваційного процесу, що вможливорює найефективніше виконання планових завдань і визначає умови, у яких вони будуть виконуватись;

5. Координація. Функція координації в інноваційному менеджменті означає процес узгодження діяльності всіх ланок системи управління, апарату управління підрозділів НДДКР і окремих спеціалістів. Координація забезпечує єдність відносин суб'єкта й об'єкта управління. Координація є основою структури організації, яку зазвичай визначають як сукупність сталих зв'язків в організації;

6. Стимулювання (активізація). Функція стимулювання в інноваційному менеджменті виявляється в спонуканні працівників до зацікавленості в результатах своєї праці зі створення і реалізації інновацій. Стимулювання передбачає створення системи моральних і матеріальних заохочень для співробітників організації у підвищенні професійного рівня, просуванні по службі, покращанні психологічного клімату, що дає змогу підвищити продуктивність як індивідуальної, так і колективної праці, забезпечити конкурентоспроможність і процвітання організації в довгостроковій перспективі;

7. Контроль (зворотній зв'язок). Функція контролю одна з важливих функцій інноваційного менеджменту. Вона полягає в перевірці організації інноваційного процесу, плану виконання створення новинок, реалізації інновацій. Методи контролю широко варіюють залежно від типу виробництва і продукції, що випускається. У системному підході контроль виконує функцію зворотного зв'язку в процесі управління інноваціями: інформаційні потоки в ньому спрямовані від об'єкта до суб'єкта управління. Наявність зворотного зв'язку є обов'язковою умовою завершеності системи управління. Принципове значення для організації контролю мають такі ознаки: мета контролю, предметна сфера, масштаби і форми контролю.

Реалізація функцій інноваційного менеджменту відбувається на основі постійного обміну інформацією із зовнішнім макро- (економічна, соціальна, політична, демографічна, екологічна, техніко-технологічна та ін. складові) і мікросередовищем (споживачі, постачальники, торговельні та збутові посередники, конкуренти, фінансово-кредитні установи, ЗМІ, органи місцевої влади, місцеве населення і т.п.). Умови зовнішнього середовища, у свою чергу, визначаються динамікою процесів, що відбуваються, характер цих процесів носить ймовірнісний характер. В основі організації інноваційного менеджменту в межах підприємства лежить інноваційний процес. Інноваційний процес – це процес створення (розроблення та виготовлення) і комерціалізації новацій, що втілені в нові продукти, технології, методи управління тощо, які мають споживчу цінність. Він охоплює маркетингові і прикладні наукові дослідження, планування, розроблення, виготовлення і просування інновацій (комерціалізацію новацій) на ринок тощо [1, с. 51]. Інноваційна діяльність повинна бути спрямована на постійне оновлення, а не на досягнення визначеного кінцевого рівня розвитку. Така динамічна система потребує постійного розвитку теоретичних та практичних підходів до менеджменту [2, с. 57].

З позицій підприємства механізм управління інноваційною діяльністю завжди конкретний, оскільки спрямований на досягнення конкретних інноваційних цілей шляхом впливу на конкретні чинники, які забезпечують досягнення намічених цілей, і цей вплив здійснюється за допомогою використання конкретних ресурсів або потенціалів підприємства. Таким чином, інноваційний менеджмент – це сукупність економічних, мотиваційних, організаційних і правових засобів, методів і форм управління інноваційною діяльністю конкретного об'єкта управління з метою одержання найоптимальнішим шляхом економічного результату цієї діяльності.

Список використаних джерел:

1. Ілляшенко С.М. Інноваційний менеджмент: підруч. Суми : ВТД «Університетська книга». 2010. 334 с.
2. Микитюк П.П., Брич В.Я., Шкільняк М.М., Микитюк Ю.І. Інноваційний менеджмент: підруч. Тернопіль : Екон. думка ТНЕУ. 2019. 518 с.