

## **СЕКЦІЯ 7. ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ**

### **АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ СТИМУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ**

*Пашкевич М.С., д.е.н., доцент, завідувач кафедри обліку і аудиту,  
Куніна Д.М., аспірант,  
ДВНЗ «Національний гірничий університет», м. Дніпропетровськ, Україна*

Важливість підприємницької діяльності в якості двигуна економічного зростання була широко визнана ще на початку ХХ століття. Прогресуючі процеси глобалізації стимулювали конкуренцію, і в цьому середовищі інновації стали інструментом для підвищення ефективності роботи підприємств, а також для виживання на міжнародному конкурентному ринку. Від того, як менеджер підприємства розуміє інновацію, яке місце відводить їй у системі пріоритетів, залежать ті механізми, які використовуються підприємством для стимулювання інноваційної діяльності. Адже кінцева проблема, над якою працюють чимало науковців – це стимулювання інноваційної активності підприємств.

Так, дослідження Х. Форсмен розкриває співвідношення між інноваціями та ефективністю діяльності малих підприємств. Результати роботи надають докладний огляд відмінностей в ефективності бізнесу при використанні різних типів інновацій. Науковець представляє взаємозв'язок між інновацією та продуктивністю діяльності підприємства [1]. В. Лендел дослідив, що інноваційна діяльність компаній в даний час має значний потенціал розвитку, особливо для тих підприємств, які не мають достатнього капіталу або технологічних сил, щоб досягти успіху в конкурентній боротьбі з підприємствами розвинутих країн. Вчений доводить важливість безперервного поліпшення продукції, підтримки та реалізації нових ідей, та виведення їх на радикально нові ринки, де вони будуть розвиватися для задоволення нових потреб споживачів. Науковець рекомендує для успішного використання інновацій в компанії проводити аналіз наступних елементів та встановлювати необхідний зв'язок між ними: інноваційний менеджмент, інноваційний потенціал маркетингової стратегії, нестандартне мислення, про-інноваційний клімат, організаційна структура і продукт [2]. Український науковець Т.П. Близнюк особливу увагу приділяє інноваційній діяльності підприємства з позиції теорії циклічності розвитку економіки, систематизує фактори зовнішнього та внутрішнього середовища, які впливають на інноваційну діяльність підприємства та його інноваційну сприйнятливість, пропонує більш детальне визначення поняття “інноваційна діяльність підприємства” як складної динамічної системи заходів з використання результатів закінчених науково-технологічних досліджень, організаційно-економічних розробок або інших науково-технічних досягнень, яка функціонує під впливом факторів середовища всіх рівнів (зовнішнього та внутрішнього) з метою задоволення постійно

мінливого індивідуального попиту і потреб суспільства в цілому в конкурентоспроможній продукції (товарах, послугах) [3]. Однак, налагодження ефективних інноваційних процесів на підприємствах відбувається доволі повільно. Не всі підприємства вважають вигідною модель інноваційного розвитку внаслідок доволі високих ризиків впровадження інновацій.

Між тим, відомий економіст П. Друкер стверджував, що зусилля, орієнтовані на продукт, мали тенденцію призводити до «технологічних чудес» або винаходів, які часто призводили до необхідних ринкових ефектів. Таким чином, якщо у розвинутих країнах інноваційна активність не викликає сумнівів у менеджерів підприємств, у країнах, що розвиваються це питання стоїть на передостанньому місці. Звідси, не зважаючи на достатню кількість дискусій навколо інноваційної діяльності вітчизняних підприємств, питання підвищення рівня її ефективності та інтенсивності залишається відкритим.

### ***Список літератури:***

1. Forsman H. Innovation and Business Performance in Small Enterprises / Helena Forsman, Serdal Temel // International Journal of Innovation Management. – 2011. - Vol. 15, № 3. - P. 641–665.
2. Blyznyuk T.P. Innovative activity of an enterprise in the conditions of recurrence development of economy / T.P. Blyznyuk // Candidate Science in Economics Thesis, Economy and management of enterprises (of the economy's activity), Kharkiv National university of Economics. – 2008.
3. Lendel V. Use of innovation in marketing management of Slovak business enterprises / Viliam Lendel, Michal Varmus // Business theory and practice. – 2013.- Vol. 14, № 1. – P. 35-42

## **ЕЛЕМЕНТИ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНО-ОРІЄНТОВАНОЇ БІЗНЕС-МОДЕЛІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА**

*Бояринова К.О., к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту,  
Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ, Україна*

Важливою проблемою сучасного діяльності промислових підприємств є застарілі інструменти управління, що зосереджуються в основному на загальних принципах та формах промислових господарсько-економічних дій, які на відміну від аналогів закордонних підприємств, не мають бізнесового підґрунтя, а виражаються через взаємодію клієнт-постачальник. Великомасштабні промислові підприємства важко адаптуються до інноваційних змін, потреб ринку тощо. Спрямування господарської діяльності в інноваційному напрямі потребує не тільки стратегічного планування, а й підприємницьких підходів до управління, постійної адаптації до змінних умов у поєднанні зі сталістю внутрішніх процесів функціонування