

## **НАПРЯМ 5. МЕНЕДЖМЕНТ**

**Замостний В.В.**

*аспірант,*

*Національний університет «Львівська політехніка»*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-432-3-17>

### **ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ БІЗНЕС-СТРУКТУРИ ЯК ОБ'ЄКТ ІННОВАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ**

Інноваційна діяльність бізнес-структури є важливим елементом розвитку та конкурентоспроможності сучасних компаній. Вона спрямована на розробку і впровадження нових ідей, технологій, продуктів та послуг, які здатні покращити ефективність бізнесу і задовольнити потреби ринку.

Основні аспекти, які визначають інноваційну діяльність як об'єкт інноваційного менеджменту, охоплюють такі елементи (табл. 1).

Інноваційний менеджмент в цілому сприяє адаптивності бізнесу до змін, підвищенню продуктивності та розширенню ринкових можливостей. Його ефективна організація та реалізація є ключем до досягнення стабільного зростання компанії в умовах конкурентного середовища. Серцевиною інноваційної діяльності на підприємстві є освоєння (комерціалізація) нових видів продукції або методів її виробництва, доставки і реалізації. Визначаючи напрями інноваційної діяльності, керівництво фірми вирішує, на чому зосереджувати увагу: на продуктових чи технологічних інноваціях. При цьому важливо, хто є «ініціатором» інновації: споживач, постачальник чи конкурент.

**Основні аспекти, які визначають інноваційну діяльність  
як об'єкт інноваційного менеджменту**

<b>Аспекти</b>	<b>Характеристика</b>
1. Розробка стратегії інновацій	Успішні компанії формують довгострокові стратегії інновацій, які відповідають загальній місії та цілям бізнесу. Стратегічне планування інновацій включає вибір напрямів розвитку, ресурсів для інновацій та механізмів оцінки ефективності.
2. Управління процесом досліджень і розробок (R&D).	Цей процес спрямований на створення нових продуктів або вдосконалення існуючих технологій. Інноваційний менеджмент контролює, координує та підтримує діяльність, пов'язану з науковими дослідженнями та розробками.
3. Залучення інвестицій.	Інновації потребують значних фінансових вкладень. Менеджмент повинен забезпечити наявність інвестицій для розробки нових продуктів та модернізації процесів, залучаючи внутрішні та зовнішні джерела фінансування.
4. Впровадження інновацій.	Після розробки нових ідей важливо їх ефективно впровадити на ринку. Це включає маркетингові дослідження, визначення потреб споживачів, створення прототипів і тестування нових продуктів.
5. Кадровий потенціал.	Розвиток інноваційного потенціалу працівників також є частиною інноваційного менеджменту. Компанії вкладають у навчання та підвищення кваліфікації своїх співробітників, формуючи культуру інновацій.
6. Оцінка результатів і управління ризиками.	Інноваційна діяльність завжди пов'язана з ризиками, які потрібно аналізувати та контролювати. Інноваційний менеджмент оцінює результати та ефективність інноваційних проєктів, здійснюючи коригувальні заходи за потреби.

*Джерело: згруповано автором за [1; 3]*

Інноваційна діяльність у повному обсязі має комплексний, системний характер і охоплює такі види роботи, як пошук ідей, ліцензій, патентів, кадрів, організацію дослідницької роботи, інженерно-технічну діяльність, яка об'єднує винахідництво, раціоналізацію, конструювання, створення інженерно-технічних

об'єктів, інформаційну та маркетингову діяльність. Усе це створює прогресивні умови для інноваційного розвитку та активізації інноваційних процесів. Тобто інноваційна діяльність розглядається як сукупність робіт, які виконуються певними організаційними структурами від зародження ідеї, її розроблення і до комерціалізації в умовах конкуренції. У процесі підготовки та освоєння технічних і продуктових інновацій на підприємстві втілюються різноманітні види діяльності, до яких залучаються всі підрозділи:

1. Науково-дослідні роботи в найбільшому обсязі виконують на першій стадії генерування, відбору ідей та маркетингових досліджень. На стадії технологічної підготовки виробництва й освоєння серійного випуску нової продукції науково-дослідні роботи сприяють удосконаленню технологічних процесів, впровадженню прогресивного обладнання, технологічного оснащення й засобів контролю, підвищенню рівня механізації та автоматизації робіт тощо.

2. Конструкторські й технологічні роботи виконують па всіх стадіях створення та освоєння нової продукції, але найбільш розгорнутий характер вони мають на стадії конструкторської й технологічної підготовки виробництва.

3. Організаційно-планові роботи – сукупність взаємозв'язаних процесів планування, організації, обліку й контролю па всіх стадіях і етапах підготовки виробництва, які забезпечують готовність підприємств до створення й виготовлення нових виробів. Вони спрямовані на повніше дотримання па всіх стадіях підготовки виробництва таких принципів як спеціалізація, паралельність, неперервність, пропорційність, прямо-точність, автоматичність і ритмічність.

4. Роботи матеріально-технічного характеру передбачають забезпечення матеріально-технічної готовності підприємств до створення й випуску нової продукції. На рівні промислового підприємства – це забезпечення своєчасних та комплектних поставок основних і допоміжних матеріалів, обладнання, запасних частин тощо, необхідних для випуску нової продукції.

5. Роботи економічного характеру – сукупність взаємозв'язаних процесів, які забезпечують економічне обґрунтування

створення, виробництва й експлуатації нової продукції. Вони охоплюють: визначення економічної доцільності створення, виробництва й експлуатації нового виробу; розрахунок граничних цін па нові вироби; встановлення термінів і джерел фінансування робіт зі створення й освоєння нових виробів; здійснення ряду економічних розрахунків, пов'язаних зі створенням, освоєнням серійного виробництва й експлуатацією нових виробів.

6. Роботи соціально-психологічного характеру – сукупність взаємозв'язаних процесів, які забезпечують соціально-психологічну готовність підприємств до створення й виробництва нових виробів. Вони полягають у роз'яснювальній роботі про необхідність створення й освоєння нових виробів визначеного рівня якості при встановлених термінах, обсягах випуску й мінімальних витратах; в інформуванні колективу про необхідність проведення професійних, кваліфікаційних і організаційних змін під час створення й освоєння нової продукції; у мобілізації керівництвом підприємства творчих можливостей персоналу па створення й випуск виробів у найкоротші терміни за найменших витрат живої та уречевленої праці.

Найпоширенішим напрямом інноваційної діяльності було оновлення продукції. З позицій підприємства, механізм управління інноваційною діяльністю завжди конкретний, оскільки спрямований на досягнення певних інноваційних цілей за допомогою впливу на конкретні чинники, які забезпечують досягнення визначених цілей, і цей вплив здійснюється за допомогою використання певних ресурсів підприємства.

Необхідність організації інноваційної підприємницької діяльності обумовлена: 1) потребами підвищення техніко-технологічного рівня виробництва; збільшенням затрат і погіршенням економічних показників підприємств; швидким моральним старінням техніки і технології; 2) визначаючою роллю науки і підвищення ефективності розробки і впровадження нової техніки; 3) важливістю і економічною доцільністю посилення інтенсивних факторів розвитку виробництва, на основі використання досягнень науково-технічного прогресу у всіх сферах економічної діяльності;

4) потребами істотного скорочення строків створення і освоєння нової техніки; важливістю розвитку масової творчості винахідників і раціоналізаторів та використання їх пропозицій.

### **Література:**

1. Грінченко Р.В., Кисличко К.А., Нечепелюк В.Г., Онищук В.С. Передумови адаптації підприємств до змін у воєнний період. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2023. № 5-6 (306-307). С. 91–100. DOI: <https://doi.org/10.32680/2409-9260-2023-5-6-306-307-91-100>

2. Оцінка впливу війни на мікро-, малі та середні підприємства в Україні. Київ : Програма розвитку ООН в Україні, 2024. 86 с.

3. Гавловська Н., Закусило В, Рудніченко Є., Брецько Н. Сучасні підходи до управління розвитком підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2023. №3 (318). С. 75–81. DOI: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-318-3-11>

4. Мартиненко М.О. Сутність стратегічного розвитку підприємства. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2019. № 2 (28), С. 121–125. DOI: <https://doi.org/10.31673/2415-8089.2019.022125>