

Подальше дослідження різних аспектів організації стратегічного менеджменту на вітчизняних підприємствах сприятиме вирішенню цих проблем.

Використана література:

1. Замкова М. С. Теорія фінансової стійкості підприємства : монографія / М. С. Замкова, О. В. Мороз ; за ред. М. С. Заюкової. - Вінниця : УНІВЕРСУМ - Вінниця, 2004. - 155 с.
2. Мамонтова Н. А. Умови забезпечення фінансової стійкості підприємств / Н. А. Мамонтова // Фінанси України. - 2000. - № 8. - С. 103-106.
3. Пастухова В. В. Стратегічне управління підприємством : філософія, політика, ефективність / В. В. Пастухова. - К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2002. - 302 с.
4. Шершньова З. Є. Стратегічне управління : підручник / З. Є. Шершньова. - 2-ге вид., перероб. і доп. - К. : КНЕУ, 2004. - 699 с.

ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

*Гончаров А.Б., к.е.н., доцент кафедри менеджменту і адміністрування
Національного фармацевтичного університету
Суховий Д.Е., студент 6 курсу спеціальності «Адміністративний
менеджмент» Національного фармацевтичного університету*

Проблему підвищення ефективності господарської діяльності підприємств можна вирішити, переважно, за рахунок розвитку інноваційних процесів, що одержують кінцеве вираження в нових технологіях, нових видах конкурентоспроможної продукції. Впровадження інновацій безпосередньо на підприємствах є актуальною проблемою. Розвиток нових технічних і організаційно-технологічних рішень, удосконалення основних принципів управління відповідно до специфіки вітчизняного ринку створюють умови для відновлення процесів відтворення на підприємствах і дають додатковий імпульс для економічного росту. По своїй природі інновації містять у собі не тільки технічні або технологічні розробки, але й будь-які зміни в кращу сторону у всіх сферах науково-виробничої діяльності. Постійне відновлення техніки й технологій робить інноваційний процес основною умовою виробництва конкурентоспроможної продукції, веде до збереження позицій підприємств на ринку й підвищення продуктивності, а також ефективності підприємства.

Метою роботи є дослідження основних особливостей реалізації інноваційних проектів на сучасних підприємствах.

Інноваційний проект – це система взаємопов'язаних цілей і програм їх досягнення, що являють собою комплекс науково-дослідних дослідно-конструкторських, виробничих, організаційних, фінансових, комерційних й інших заходів, відповідним чином організованих, оформлених комплектом проектної документації і забезпечуючих ефективне вирішення конкретного науково-технічного завдання (проблеми), вираженого в кількісних показниках і приводить до інновації. До основних елементів інноваційного проекту відносяться:

однозначно сформульовані цілі і завдання, що відображають основне призначення проекту;

комплекс проектних заходів щодо вирішення інноваційної проблеми і реалізації поставлених цілей;

організація виконання проектних заходів, тобто ув'язування їх з ресурсами і виконавцями для досягнення цілей проекту в обмежений період часу й у рамках заданої вартості і якості;

основні показники проекту (від цільових – з проекту в цілому, до часткових – з окремих завдань, тем, етапів, заходів, виконавців), у тому числі показники, що характеризують його ефективність [1, с. 28].

Інноваційні проекти можуть формуватися як у складі науково-технічних програм,

реалізуючи завдання окремих напрямків (завдань, розділів) програми, так і самостійно, вирішуючи конкретну проблему на пріоритетних напрямках розвитку науки і техніки.

Формування інноваційних проектів для вирішення найважливіших науково-технічних проблем (завдань) забезпечує [1, с. 59]:

комплексний, системний підхід до вирішення конкретного завдання (мети науково-технічного розвитку);

кількісну конкретизацію цілей науково-технічного розвитку і чітке відображення кінцевих цілей і результатів проекту в управлінні інноваціями;

безперебійне управління процесами створення, освоєння, виробництва і споживання інновацій;

обґрунтований вибір шляхів найбільш ефективної реалізації цілей проекту:

збалансованість ресурсів, необхідних для реалізації інноваційного проекту;

міжвідомчу координацію й ефективне управління складним комплексом робіт із проекту.

Реалізація задуму інноваційного проекту забезпечується учасниками проекту. У залежності від виду проекту в його реалізації можуть брати участь від однієї до кількох десятків (іноді сотень) організацій. У кожній з них свої функції, ступінь участі в проекті й міра відповідальності за його долю.

Інноваційний проект, розглянутий як процес, що відбувається в часі, охоплює наступні етапи [2, с. 63]:

1. Формування інноваційної ідеї (задуму). Це процес зародження інноваційної ідеї і формулювання генеральної (кінцевої) мети проекту. На цьому етапі визначаються кінцеві цілі (кількісна оцінка за обсягами, термінами, розмірами прибутку) проекту і виявляються шляхи їх досягнення, визначаються суб'єкти й об'єкти інвестицій, їх форми і джерела.

2. Розробка проекту. Це процес пошуку рішень з досягнення кінцевої мети проекту і формування взаємопов'язаного за часом, ресурсами і виконавцями комплексу завдань і заходів реалізації мети проекту. На цьому етапі:

здійснюється порівняльний аналіз різних варіантів досягнення цілей проекту і вибір найбільш життєздатного (ефективного) для реалізації;

розробляється план реалізації інноваційного проекту;

зважаються питання спеціальної організації для роботи над проектом (команди проекту);

виробляється конкурсний добір потенційних виконавців проекту й оформляється контрактна документація.

3. Реалізація проекту. Це процес виконання робіт з реалізації поставлених цілей проекту. На цьому етапі здійснюється контроль виконання календарних планів і витрати ресурсів, корегування відхилень, якщо такі є і оперативне регулювання ходу реалізації проекту.

4. Завершення проекту. Це процес здачі результатів проекту замовнику і закриття контрактів (договорів). Цим завершується життєвий цикл інноваційного проекту.

Управління інноваційною діяльністю охоплює стратегічні та оперативні аспекти і має бути, з одного боку, націлене на створення або оперативне залучення інновацій, які забезпечуватимуть збереження і зміцнення ринкових позицій підприємства у тривалій перспективі, а з іншого - на систематичну й цілеспрямовану діяльність із вдосконалення існуючих технологій, прийомів і способів виконання роботи, завдяки яким життя інновацій продовжується.

Інноваційна політика забезпечує реалізацію стратегічних цілей підприємства з врахуванням його наявних і потенційних ресурсних можливостей та з огляду на ринкову ситуацію. Вона спрямована на досягнення цілей підприємства і створення механізмів їх реалізації. Щоб вирішити ці завдання вона повинна, по-перше, носити стратегічний характер; по-друге, бути нерозривно пов'язаною з ринковою ситуацією; по-третє, враховувати ресурсні можливості підприємства; по-четверте, ґрунтуватись на системному і цілеспрямованому підході до її формування; по-п'яте, забезпечувати неперервність і комплексність інноваційної діяльності підприємства, охоплення нею всіх внутрішніх елементів; по-шосте, забезпечувати

нерозривність інноваційної політики і сучасних досягнень науково-технічного прогресу.

В результаті проведених досліджень можна зробити висновок, що управління інноваційною діяльністю є невід'ємною частиною виробничо-господарської діяльності підприємства, яка несе в собі імпульс розвитку, ґрунтуючись на нових підходах до вирішення звичних виробничих завдань. Оптиміальне поєднання виробничої та інноваційної діяльності дає змогу не лише постійно вдосконалювати виробничий процес і продукцію, а й діяти на випередження, виявляти нові перспективні напрями чи форми бізнесу, диверсифікувати діяльність з метою задоволення нових суспільних потреб.

Використана література:

1. Василенко В.О. Інноваційний менеджмент: Навчальний посібник / В.О. Василенко, В.Г. Шматко: за ред. В.О. Василенко. – Київ: ЦУЛ, Фенікс, 2012. – 440 с.

2. Інвестиційно-інноваційна діяльність: теорія, практика, досвід: Монографія / Денисенко М.П., Михайлова Л.І., Грищенко І.М., Гречан А.П. – Суми: ВТД "Університетська книга", 2008. – 1050 с.

ЕВОЛЮЦІЯ ПІДХОДІВ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ

Дорошенко О. Г., к.е.н., доц. кафедри фінансів і кредиту Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна

Попович О.С., студентка 6 курсу спеціальності «Фінанси і кредит», Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна

Питання сутності конкурентоспроможності і заходи щодо її зростання у сучасній економічній літературі висвітлені достатньо широко. Проте у наукових публікаціях з даної проблематики існують суперечливі думки щодо визначення змісту даного терміну. Найчастіше вони зводяться до сукупності дій та взаємодії окремих господарських суб'єктів відповідно до основних цілей функціонування суб'єкта та конкурентного середовища. Достатньо повним є визначення В. Петрова про те, що незалежно від рівня аналізу, конкурентоспроможність можна визначити як притаманну економічному суб'єкту (фізичній, юридичній особі або на агрегованому рівні – галузі, сектору, економіці країни, а на синтетичному – країні в цілому) властивість існувати в ринковій економіці за умов конкуренції, забезпечуючи зростання доходів, розширення виробництва, підвищення рівня і якості життя учасників економічного процесу [1, с. 15]. Цікавим є визначення конкурентоспроможності, що запропонував П. Зав'ялов. Він вважає, що конкурентоспроможність – це концентрований вираз економічних, науково-технічних, виробничих, організаційно-управлінських, маркетингових та інших можливостей країни (як і будь-якого конкретного товаровиробника), які реалізуються в товарах і послугах, що успішно протистоять конкуруючим аналогам як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках [2, с.23].

Але формування таких визначень базується на довгій еволюції теорій конкуренції, розглянемо основні етапи цього процесу. Результати досліджень науково-економічної літератури стосовно питань конкуренції дозволяють визначити наступні підходи стосовно розвитку теорій конкуренції. Основою теорій конкуренції є ті або інші виробничі ресурси, визначені пріоритетні напрями економічного розвитку держави, принципи функціонування господарських суб'єктів та роль держави у регулюванні процесів розвитку конкуренції.

Основою першого підходу є цінова конкуренція, яку розкрито у теоріях меркантилізму, абсолютних та порівняльних переваг, взаємного попиту, факторній теорії, теорії вирівнювання цін на виробничі ресурси та теорії міжгалузевого аналізу.

Представниками класичної школи А.Смітом, Д.Рікардо була розроблена теорія абсолютних та відносних переваг, яка була продовженням розвитку теорії меркантилізму. А.Сміт у роботі „Дослідження про природу та причини багатства народів” обґрунтував