

# ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ ТА ПРИНЦИПИ ОРГАНІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Олена Кутас

*Національний університет харчових технологій, Київ, Україна*

Інноваційна діяльність – це основа зміцнення позиції підприємства на ринку в умовах жорсткої конкуренції, яка повинна забезпечувати сталий економічний розвиток, підвищення конкурентоспроможності виробленої підприємством продукції.

Вивчення спеціальної літератури свідчить, що існують розбіжності у визначенні основних категорій інноватики. Головна причина існування цих розбіжностей – різний підхід дослідників щодо предмету дослідження. В одних випадках інноваційний процес розглядається як складова процесу розвитку суспільних відносин, в інших – з огляду на економічну ефективність виробництва товарів.

Поняття «новація» близьке до поняття «винахід», оскільки являє собою конкретний результат розробки нової наукової ідеї, який відрізняється від тих, що застосовувалися раніше, певними якісними характеристиками, які дозволяють підвищити ефективність. Більшість новацій реалізується в економічній сфері, забезпечуючи вирішення завдань економічного зростання підприємств та країни в цілому.

З моменту впровадження новації у виробництво та інші сфери діяльності вона стає нововведенням, тобто нововведення – це результат практичного освоєння новації, ефективність якої оцінюється соціальним та економічним ефектом. Освоєння новацій є реалізацію комерційної (підприємницької) ідеї щодо задоволення попиту на конкретні види продукції, технологій, послуг як товарів. Наявність попиту свідчить про їхню конкурентоспроможність, що є важливим результатом інноваційної діяльності.

Термін «інновація» (від англ. «innovation») означає всі нововведення у

виробничій, фінансовій, управлінській та інших сферах, що забезпечують суспільний прогрес та підвищення рівня ефективності виробництва. З моменту прийняття нововведення до розповсюдження воно стає інновацією.

Інновація виникає в результаті використання наукових досліджень і розробок, що направлені на удосконалення процесу виробничої діяльності, економічних, правових і соціальних відносин в галузі науки, культури, освіти та інших галузях діяльності суспільства.

Основними принципами організації інноваційної діяльності підприємств є:

- цільова орієнтація – організація інноваційної діяльності має сприяти безперервному перебігу інноваційного процесу;

- системність інноваційної діяльності – наявність чітко визначених функцій, їх виконавців та взаємодії між ними;

- адаптивність, яка найбільш адекватно відображає вплив факторів зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства на процеси створення інновацій та враховує тенденції їхньої зміни;

- оптимальне поєднання повноважень та відповідальності підрозділів;

- економічність – організація інноваційної діяльності повинна сприяти оптимальній результативності інноваційного процесу шляхом скорочення інноваційного циклу, підвищення конкурентоспроможності нових виробів, своєчасного реагування на запити споживачів тощо;

- ієрархічність – забезпечення ієрархічної взаємодії між елементами інноваційної діяльності на будь-яких вертикальних та горизонтальних рівнях системи.

Поряд із цим практика реалізації інноваційної діяльності підприємств дозволяє визначити особливі принципи її організації [1]:

- створення атмосфери, що стимулює пошук і освоєння інновацій;
- націленість інновацій на потреби споживача;
- пріоритетні напрями інноваційної роботи впливають з цілей і завдань підприємства;

- організація інновацій здійснюється за принципом паралельності їх виконання;

- інноваційна діяльність знаходиться в компетенції керівника, і його функції полягають у формуванні стратегічних інноваційних проблем, цілей і напрямів організаційного розвитку;

- підрозділи, що займаються інноваційною діяльністю, повинні володіти єдністю вирішуваних завдань, і їх набір повинен бути оптимальним;

- до інноваційної діяльності залучається весь потенціал підприємства.

Інноваційна діяльність складається з ряду заходів, що поєднуються в один логічний ланцюг. Кожна частина цього ланцюга (кожна стадія інноваційного циклу) має свої закономірності і особливості.

Період часу від зародження ідеї, створення і розповсюдження інновації і до її використання називають життєвим циклом інновації.

Життєвий цикл інноваційного проекту складається із наступних етапів:

- 1) зародження інновації. Відбувається виробництво, випуск та реалізація нового відкриття чи ідеї, починається процес його самостійного функціонування. Ця стадія є складною і головною, оскільки перспективи та прибутковість нововведення будуть залежати від важливості, необхідності та сфери застосування нового винаходу. Витрачаються великі суми на його розробку та випуск;

- 2) зростання інновації. Якщо новий продукт знаходить своїх споживачів, то переходить на новий етап – зростання. Прибуток, що отримується від реалізації, зростає, досягаючи періоду окупності. Період триває до моменту насичення ринку товаром. Тому важливо приділити увагу заходам щодо просування та маркетингу;

- 3) зрілість. Характеризується тим, що ринок перенасичується продуктом, припиняється зростання обсягу продажу через досягнення межі. Продажі стабільні і забезпечують необхідний прибуток. Зростання продажів забезпечується або невеликим потоком нових клієнтів, або збільшенням обсягів продукту, що купується постійними клієнтами;

4) насичення ринку. Характеризується зменшенням обсягу продажу та відповідно прибутку від реалізованої продукції. Попит на продукт знижується через неконкурентоспроможність. Тим не менш, на цьому етапі можна спрямувати зусилля на його відродження;

5) смерть. Продукт стає неконкурентоспроможним на ринку, непривабливим для споживачів і витісняється з ринку.

Інноваційні організації постійно орієнтуються на зміни, які гармонійно інтегруються у їхню традиційну діяльність. Їхні стратегії спрямовані на безперервні інновації, які забезпечують конкурентні переваги.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Инновационный менеджмент: учеб. пособие / М.А. Гершман. М.: Маркет ДС, 2010. 200 с.

2. Інноваційний менеджмент: навч. посібник / Л.І. Михайлова, О.І. Гупоров, С.Г. Турчіна, І.О. Шарко. Вид. 2-ге, доп. К.: Центр учбової літератури, 2015. 234 с.