

Гамцемлідзе Є. П.
Національний університет «Києво-Могилянська Академія»

УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Інноваційна діяльність передбачає інвестування наукових досліджень і розробок, спрямованих на здійснення якісних змін у складі продуктивних сил, прогресивних міжгалузевих структурних зрушень, розробки і впровадження нових видів продукції та технологій. Аналіз світових тенденцій економічного розвитку і чинників, що його створюють доводять, що на важливе місце вийшли інноваційні процеси та їх роль постійно зростає. Особливе значення науково-технічної та інноваційної сфери в сучасному світі обумовлюється тим, що саме нові знання та нові технологічні рішення стають визначальними чинниками конкурентоспроможності підприємств на масштабному світовому ринку. Підвищення рівня інноваційності забезпечить підприємству стабільно високий рівень конкуренції. На сьогоднішній день на фоні різного науково-технічного прогресу, в результаті якого створюються нові технології, а також ринки, варто зазначити відносно невисокий рівень інноваційного розвитку. Через такий низький рівень, підприємства стають неготовими до швидкої реакції на нові продукти, послуги та технології, в яких з'являється потреба на ринку. В Україні на даний час відсутні ефективні механізми для проведення механічних змін. З метою формування технологічних систем рівня найбільш економічно розвинених країн потрібен системний підхід до створення організаційно-економічних механізмів, здатних не тільки продукувати нововведення, а й перетворювати їх на інновації. Інноваційний розвиток є одним із провідних факторів зростання конкурентоспроможності підприємства як на внутрішньому, так і на світовому ринку. Поняття «інноваційний потенціал» стало концептуальним відображенням феномену інноваційної діяльності. Впродовж усього процесу стратегічного планування підприємство має враховувати велику кількість факторів, охоплюючи вплив зовнішнього середовища, його функціонування, а також внутрішні особливості виробництва на підприємстві. На сьогоднішній день, інновації стали одними з найвагоміших факторів державної політики більшості країн світу. Їх цінність в умовах глобалізації та відкритих торговельних ринків щороку зростає.

Одним із найсучасніших та найновіших підходів до визначення конкурентоспроможності підприємств є метод бенчмаркінгу. З однієї сторони, бенчмаркінг являє собою процес поліпшення, що використовується для пошуку та впровадження кращих практик у своїй діяльності. З іншої сторони, бенчмаркінг – це метод установлення поточних завдань і планів по продуктивності, заснований на кращих прикладах по галузі, спрямований на підвищення ефективності. Подальший розвиток стратегічної орієнтації компаній потребує використання бенчмаркінгу як комплексного методу управління конкурентоспроможністю. Основна задача бенчмаркінгу – це оцінювання і зіставлення. Наприклад, беруть кращу продукцію і маркетинговий

процес, використовувати прямими конкурентами і організаціями, що працюють в подібній сфері, для того, щоб виявити можливі способи для вдосконалення методики роботи та покращення продукції та послуг. Наприклад, в останні роки, за даними консалтингової компанії Bain&Company бенчмаркінг є одним з найпоширеніших методів управління бізнесом оскільки воно допомагає швидко і з меншими витратами вдосконалити бізнес-процеси [1].

В умовах сучасного конкурентного середовища мало хто з організацій звертає увагу на управління інноваційним потенціалом. Отже, у зв'язку з переходом економіки країни на інноваційний шлях розвитку, сучасна інноваційна спроможність фірми дозволяє їй значно випереджати своїх конкурентів. Управління інноваційним потенціалом дозволяє сформувати сильні сторони організації в її ефективні конкурентні переваги. Перехід економічного суб'єкта на рейки інноваційного розвитку сам по собі визначає успіх на конкурентному ринку [2].

Активне впровадження інновацій у сфері ринку, в якій компанія розвивається, є запорукою конкурентоспроможності. Такий складний об'єкт управління як інноваційний менеджмент, вимагає специфікації концепції управління ним із метою досягнення системи цілей підприємства, у тому числі цілей управління інноваційним потенціалом. Оскільки підприємства як самостійні суб'єкти господарювання мають право обирати методи управління інноваційним потенціалом, то необхідно перш за все проаналізувати особливості існуючих підходів до управління крізь призму сутності інноваційного потенціалу. Підприємці мають проводити оцінку, щоб розуміти подальші кроки покращення інноваційного розвитку своєї компанії. Перш за все, при оцінці інноваційності підприємства, проводиться збір даних і формується попередня система показників, які повністю оцінюють інноваційний потенціал. Оцінка проводиться з тою метою, щоб після завершення аналізу інноваційної системи була можливість побачити які ключові ресурси, суб'єкти та явища впливають на інновації в системі. У сучасному понятті інноваційного потенціалу мається на увазі ресурсний підхід, який спрямовує увагу лише на наявності всіх видів ресурсів для здійснення інноваційної діяльності, а також ресурсно-результативний підхід, який передбачає врахування не тільки наявності ресурсів, але й її результатів. Також факторами можуть вважатися наявність підрозділів з удосконаленням продуктів і процесів, рівень розвитку інноваційної інфраструктури та важливість і престижність дій, які виходять за рамки певного підрозділу.

Перспективи подальших досліджень у даній сфері обумовлені тим, що для країни, що ставить перед собою мету забезпечення економічного зростання, особливого значення набуває використання наявного інноваційного потенціалу регіонів. Вирішення даної проблеми потребує активізації наукових досліджень питань, пов'язаних з підвищенням якості використання інноваційного потенціалу регіону [3].

У процесі аналізу та дослідження поняття інноваційного потенціалу можна сказати, що під інноваційним потенціалом підприємства в сучасних

умовах слід розуміти його максимальні можливості генерувати високу інноваційну активність, які проявляються в ефективному забезпеченні нових і майбутніх технологій. Він являє собою сукупність виробничих, наукових, фінансових, маркетингових, кадрових, організаційних ресурсів і можливостей, що забезпечують готовність і здатність підприємства здійснювати інноваційну діяльність за постійного удосконалення системи управління з нею. Задля створення ефективного механізму інноваційного потенціалу на підприємстві, слід використовувати правильні підходи для забезпечення інноваційного розвитку підприємства. Застосування правильних підходів вимагає дослідження способів досягнення поставлених цілей, що передбачають деталізацію функцій управління – організації, планування, контролю та мотивації. На сьогоднішній день, управління інноваційним потенціалом є невід’ємною складовою багатьох підприємств. Даний інструмент слугує основним засобом підтримки високих темпів розвитку і досягнення необхідного рівня прибутковості.

Перелік використаних джерел:

1. Bain & Company and OPEXEngine announce strategic partnership // [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.bain.com/about/media-center/press-releases/2019/opexengine-partnership/>
2. Причепа І.В. Інноваційні пріоритети формування стратегічних конкурентних переваг підприємства [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2868>
3. Проблеми та перспективи розвитку інноваційної діяльності в Україні : матеріали XI Міжнародного бізнесфоруму (Київ, 22 березня 2018 р.) / відп. ред. А.А. Мазаракі. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. – 200 с.

Глущенко В. С.

Національний університет «Києво- Могиллянська академія»

ПЛАНУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОГО МОНІТОРИНГУ КОМПАНІЇ У СУЧАСНИХ УМОВАХ

Наразі велика конкуренція та методи боротьби з нею є одними з найбільш актуальних питань для будь-якого підприємства. За даної ситуації ключовими є три поняття:

- Моніторинг ринку – це процес системного збору та формування передбачень, щодо наступних тенденцій у сфері діяльності початкової фірми. Аналіз ринку стосується як кінцевих споживачів, постачальників та конкурентів, так і розробників/продавців програмного забезпечення, технологій, дистриб’юторів, а також органи регулювання та макроекономічне становище; [2]

- Моніторинг конкурентів - це процес спостереження та контролю за змінами у структурі суб’єктів економічної діяльності, які представлені у тому ж