

підприємства, та, у перспективі, підвищить привабливість підприємства для інвесторів, що є однією з основних умов конкурентоспроможності та перспективного розвитку в нестабільних економічних умовах.

Диверсифікація діяльності. Освоєння нових ринків та галузей, впровадження НТП, досягнення ефекту синергізму серед різних форм діяльності підприємства дозволить зменшити вплив галузевих факторів та різкої зміни попиту або правил ринку.

Оптимізована таким чином фінансова архітектура буде більш стійкою до економічних умов діяльності та дозволить зберегти потенціал підприємства у перспективі.

### *Література*

1. Прудников А. О. Финансовая архитектура интегрированной корпоративной структуры: сущность, особенности формирования. Экономика и управление: теория и практика. 2016. № 2 (2). С.52–60.

2. Кужелев М. О., Немсадзе Г. Г., Плахотнюк В. В. Пріоритетні напрями оптимізації фінансової архітектури корпорації в умовах нестабільного економічного середовища. Вісник Херсонського національного технічного університету, 2020. № 3(74). С. 249–255.

УДК 330.341.1

## **УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ТА ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ЯК КЛЮЧ ДО ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ ПІДПРИЄМСТВА**

**Кравцов О.В.**

*к.т.н, доцент*

**Кравцова О.О.**

*асистент*

**Вінниченко О.П.**

*студент*

*Криворізький національний університет*

*JEL classification: O32*

У всі часи головною метою менеджменту було отримання максимального результату за мінімальних витрат ресурсів. Весь менеджмент побудований навколо цього простого принципу. Здавалося б це просто і зрозуміло, але досягнути результату з кожним днем все важче через низку причин: зростаючу конкуренцію, нові продукти інноваційної діяльності та принципово нові послуги. Саме через постійну жорстку

конкуренцію на ринку підприємства потребують чіткий план розвитку та постійно оцінювати свій потенціал, у тому числі інноваційний. Саме введення інновацій у виробництво дає змогу значно поліпшити економічні, соціальні та екологічні показники підприємства.

Загалом виділяють такі галузі інноваційної діяльності: виготовлення продукції; нові різновиди продукції; нові засоби у виробництві чи транспортуванні; відкриття та освоєння нових ринків збуту; нові рішення та форми організації на виробництві.

Об'єктом інноваційної діяльності є інновація, новація, у свою чергу, – це ідея, винахід або вдосконалення процесу отримання продукту завдяки видозміненню або трансформації наявної методики виробництва чи виготовлення нового продукту. Інновація – реалізація новації на виробництві.

Введення інновацій може бути як і реакцією виробництва на зниження попиту на товар чи послугу, що спричиняє зменшення доходу, так і профілактичним засобом для збереження лідируючих позицій на ринках.

Загалом можна прослідкувати такі закономірності: високий рівень науки та рівень ресурсної бази тим більша можливість створення більш радикальних інновацій, чим радикальніша інновація тим більший її життєвий цикл та відповідно економічний ефект.

Підприємства, які регулярно вводять інновації у виробництво зазвичай мають більш міцні та стабільні позиції та постійне економічне зростання. Але введення інновацій у виробництво потребує дуже кропіткої аналітичної роботи та постійного моніторингу інноваційного потенціалу виробництва. Необхідно підбирати інновацію для кожного підприємства окремо через те, що інновація, яка ідеально підійшла одному підприємству, може бути недоречна до іншого. Також потрібно враховувати, що ведення інноваційної діяльності дуже дорогий та ризиковий процес. Фундаментальні дослідження потребують велику кількість ресурсів, але не є гарантією результату. Орієнтовано 10 % фундаментальних досліджень дають результат [1], однак успішне фундаментальне дослідження не дає гарантії того, що результат задовольнить замовника. Результатом фундаментальних досліджень, може бути винахід, який зовсім не підходить окремо виділеному підприємству, або мати суттєво менший ефект від очікуваного. Однак, навіть після знайдення потрібної новації для виробництва настає час інноваційного лагу. Інноваційний лаг – проміжок часу між появою новації та впровадженням її у виробництво. Чим менший час інноваційного лагу тим більше часу її функціонування до знецінення та більший можливий економічний ефект від неї.

Не всі підприємства готові йти на такий ризик, деякі з них вирішили цю проблему замінивши ризиковий спосіб інноваційної діяльності за допомогою ведення інноваційних досліджень на копіювання вже існуючих інноваційних проєктів виробництв з подібною специфікою виробництва. Ця стратегія не зробить підприємство лідером ринку, але дозволить спокійно лишитися на тому самому рівні.

Окрім підбору безпосередньо самої інновації необхідно враховувати кращий час для модернізації обладнання або зміни на інноваційне. На мою думку, найбільше підходить час капітального або планового ремонту оскільки це мінімізує час простою обладнання та допоможе не витратити цінний час, а отже й можливий економічний результат.

У сучасному науковому суспільстві тема фундаментальних досліджень, новацій, інноваційної діяльності підприємства та оцінка інноваційного потенціалу досить нова, актуальна та до кінця не вивчена та набирає популярності. Матюшенко І.Ю у своїй роботі говорить про те, що якщо Україна має на меті стати лідером у ключових областях, то потрібно розробити програми для функціонування інноваційної системи та налагодження трикутника «наука – бізнес – влада» [2]. Гончар О. І. та Хачатрян В. В. акцентують увагу на невід’ємності процесу управління промисловою та інноваційною діяльністю підприємства та необхідність планування діяльності паралельно одна одній [3].

Отже, можна зробити висновок, що планування інноваційної діяльності та оцінка інноваційного потенціалу має стати одними з пріоритетних напрямків у розвитку не тільки виробництва, але і країни взагалі. Незважаючи на ризикованість та необхідність у вливанні великої кількості ресурсів, у тому числі й фінансових за правильної професійної оцінки інноваційного потенціалу підприємства та підборі інновації, яка буде задовольняти зростаючі потреби окремого виділеного підприємства надасть поштовх до стабільного розвитку підприємства, вийти або закріпитися на лідируючих позиціях та стати безумовно конкурентоспроможним підприємством та відкрити для себе нові горизонти можливостей.

### *Література*

1. Дудар Т. Г., Мельниченко В. В. Інноваційний менеджмент : навч. посіб. Тернопіль: Економічна думка, 2008. 250 с.
2. Матюшенко І. Ю. Перспективи створення національної інноваційної системи в Україні. URL: [http://iee.org.ua/files/alushta/13-matyushenko-perspektyvy\\_stv.pdf](http://iee.org.ua/files/alushta/13-matyushenko-perspektyvy_stv.pdf)
3. Гончар О. І., Хачатрян В. В. Інноваційність – сучасна умова розвитку підприємницького потенціалу. Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Львів: Вид-во Львів. торгов.-екон. ун-ту, 2018. С. 86–89.