

Д.С. РУБЕЦЬ, аспір.

СТВОРЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СЛУЖБИ НА ПІДПРИЄМСТВІ ДЛЯ ПОЛЕГШЕННЯ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ

Реальні темпи впровадження інновацій в Україні значно нижче максимально можливих. В умовах сучасної економіки вони диктуються раціональною моделлю поведінки суб'єктів економічної діяльності, що вибирають оптимальні в цих умовах темпи інноваційного оновлення. Для раціонального використання необхідних ресурсів з метою інноваційного оновлення необхідно правильно керувати інноваційним процесом на підприємстві.

Для ефективної інноваційної діяльності підприємства, а також управління інноваційними процесами, я пропоную створити інноваційну службу на підприємстві. Цей відділ буде займатися розробкою і впровадженням у виробництво нових видів товарів.

Основною метою планування і створення інноваційної служби на підприємстві є об'єднання всіх учасників проекту для досягнення кінцевого результату.

Інноваційна служба, так само як і підприємство матиме свою стратегію управління. За її розробку і управління інноваційною службою в цілому відповідатиме керівник (менеджер) цього відділу.

При створенні інноваційної служби на підприємстві впроваджується і застосовується інноваційна політика. Інноваційна політика - це своєрідна програма, що встановлює черговість впровадження інновацій, залежно від наявних ресурсів і поставлених завдань.

Метою інноваційної політики є забезпечення узгодженості якісних і кількісних зв'язків усіх елементів інноваційної діяльності. При розробці інноваційної політики широко застосовують економіко-математичні моделі [2]. Інноваційна політика, що успішно реалізовується, забезпечуватиме постійний

зв'язок між усіма етапами здійснення інновацій і узгоджуватиме дії служб підприємства, що безпосередньо беруть участь в інноваційному процесі (служби НДДКР, маркетингу, виробничого відділу, фінансових служб).

Необхідними умовами ефективного управління інноваційною діяльністю є: створення сприятливої обстановки, стимулюючої пошук і освоєння нововведень, які розглядають як необхідний процес. Стимулювання співробітників інноваційних підрозділів повинне враховувати економічні особливості інноваційного процесу (великий ризик, тривалий період запізнювання результату продажів по відношенню до витрат, велика винагорода у разі успіху). Стимулювання може включати частку в майбутніх прибутках, керівництво відповідним новим підрозділом, що виник в результаті успішної інновації.

Фахівці, що задіяні в інноваційній службі підприємства, знаходяться на постійній посаді з окладом, встановленим згідно з штатним розкладом. У разі успішної реалізації запропонованого ними нового виду товару (інновації), вони отримуватимуть обумовлений відсоток від продажів цього товару.

Структура управління інноваційною службою на підприємстві може бути представлена таким чином (рис. 1) :



Рис. 1 - Організаційна структура інноваційної служби яка пропонується на підприємстві

У цю інноваційну службу пропонується залучити наступних фахівців: Менеджер; Економіст; Інженер-конструктор; Інженер-програміст; Технолог; Маркетолог; Інженер матеріально-технічного забезпечення.

В першу чергу ця служба має стежити за основним показником ефективності інноваційної діяльності на підприємстві. Як інтегральний показник, що характеризує ефективність інноваційної діяльності підприємства, може бути використаний коефіцієнт результативності роботи (r) (формула 1) [4]. Чим вищий цей показник, тим ефективніше працює підприємство в інноваційній сфері. Нормою для цього коефіцієнта є проміжок від 1,75 до 5,0.

$$r = \frac{Rc}{\sum_{i=1}^N Qi - \sum_{i=1}^N t(H2 - H1)} \quad (1)$$

де:

T – Період, що аналізується (місяць, рік);

Q_i – Сумарні витрати на НДДКР (за рік);

Rc – Сумарні витрати на закінчені роботи, прийняті для запуску в серійне виробництво;

H_1 – Незавершене виробництво на початок року (у вартісному вираженні);

H_2 – Незавершене виробництво на кінець року (у вартісному вираженні).

Збалансовані між собою управління інноваційною службою і управління підприємством в цілому дозволять правильно розподілити ресурси для збереження лояльності існуючих споживачів і залучення майбутніх споживачів. Крім того, діяльність інноваційної служби і підприємства мають бути пов'язані між собою, вони повинні передбачати обслуговування майбутніх споживачів засобами інноваціями, що розвиваються, і регулярного менеджменту, що розвивається, після їх залучення до кола споживачів. Таким чином, діяльність інноваційної служби повинна передбачати і організаційні зміни, що стосуються розвитку регулярного менеджменту. Тоді майбутні споживачі надовго або назавжди залишаться лояльними клієнтами інноваційної компанії.

Список літератури : 1. *Аакер Д.* Стратегическое рыночное управление / Д. Аакер. – СПб.: Из-во «Питер», 2002. – 544 с. 2. *Дойль П.* Инновационный менеджмент: стратегия и тактика / П. Дойль. – СПб.: Из-во «ПитерКом», 2003. – 360 с. 3. *Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж.* Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: Учебник / Под ред. Зайцева Л.Г., Соколовой М.И.; пер. с англ.– М.: Банки и биржи: ЮНИТИ, 2008. – 908 с. 4. *Фатхутдинов Р. А.* Инновационный менеджмент: Учебник для вузов / Р.А. Фатхутдинов. – 6-е изд., доп. – СПб.: Из-во ЗАО Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2008. – 416 с.

В.В. РУДЕНКО, аспір., ДВНЗ КНЕУ ім. В. Гетьмана, Київ

ПРАГМАТИКА ТА ПРОБЛЕМАТИКА УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ ІНВЕСТИЦІЯМИ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

Фінансове інвестування являється активною формою використання вільного капіталу та одним із засобів реалізації стратегічних цілей підприємств, пов'язаних з диверсифікацією їхньої діяльності. В умовах розвитку ринкових відносин в Україні, за наявності швидкозмінюваної кон'юнктури на фінансовому ринку, недосконалості та нестійкості нормативно-правової бази, інфляційних коливань, – здійснення інвестиційної діяльності суб'єктами господарювання потребує гнучкого та ефективного процесу управління фінансовими інвестиціями.

Питання щодо управління фінансовими інвестиціями підприємства розглядалися у працях, як вітчизняних, так і зарубіжних авторів, зокрема Бланка І.А., Ковальова В.В., Івасенка А.Г., Максимової В.Ф., Никонова Я.І., Федорова А.В., Шарпа У., Александра Г., Бейлі Дж., Фабоцці Ф. та іншими. Проте, запропоновані науковцями форми та методи управління інвестиціями в фінансові інструменти не адаптовані до економічної кон'юнктури та сучасних умов господарювання України і потребують подальшої розробки.

Метою дослідження є визначення проблем управління фінансовими інвестиціями підприємств в Україні та розробка пропозицій щодо їх вирішення.

Фінансові інвестиції підприємств являють собою окремий незалежний напрям інвестиційної діяльності господарюючих суб'єктів, що полягає у