

Вони, в основному, характеризують вплив зовнішнього середовища. При цьому оцінка факторів опосередкованого впливу здійснюється не напряму, а через фактори безпосереднього впливу, дію яких вони посилюють чи послаблюють.

Список використаних джерел: 1. Инновационные технологии в гуманитарном вузе / В.И. Носков, А.В. Кальянов, О.В. Мирошниченко и др. ; [под ред. проф. В.И. Носкова]. - Донецк : ООО «Лебедь», 2002. - 288 с.; 2. Організаційно-економічні передумови формування інноваційно-сприятливого середовища на підприємстві / Ю.С. Шипуліна // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2013. – № 3. – С. 100-113.

МАТВЄЄВА Н.М., канд. екон. наук, доцент, Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова

ГОЛУБОВА І.А., студент, Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова

ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНИХ ЕТАПІВ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ

Сучасне середовище, в якому функціонують вітчизняні підприємства, висуває нові умови, зумовлені ризикованістю, невизначеністю, мінливістю та нестабільністю, що, відповідно, вимагає перегляду ролі планування інноваційної діяльності. Найпростішим вирішенням цієї проблеми є запровадження адаптивних процесів планування інноваційної діяльності підприємства. Адаптивне планування інноваційної діяльності реалізується на підприємстві у вигляді послідовних етапів, для визначення переліку яких необхідно проаналізувати послідовність етапів традиційних видів стратегічного планування. Стратегічне планування інноваційної діяльності має цільовий характер, тобто передбачає постановку й досягнення визначених цілей. Кількість і зміст етапів розробки стратегічних інноваційних планів, а також сама їх форма можуть істотно змінюватися залежно від конкретних умов [1].

Стратегічне планування інноваційної діяльності проходить декілька загальновідомих етапів, а саме: 1) формування стратегічних інноваційних цілей; 2) визначення стратегічних завдань інноваційної діяльності; 3) збір, аналізування й оцінювання інформації про зовнішнє оточення; 4) збір, аналізування й оцінювання інформації про внутрішнє оточення підприємства; 5) планування інноваційної стратегії; 6) розроблення стратегічного плану інноваційної діяльності; 7) аналізування стратегічних альтернатив; 8) вибір генеральної стратегії інноваційного розвитку; 9) контроль та оцінювання результатів впровадження планів інноваційної діяльності [2].

Прикладом стратегічного планування інноваційної діяльності виступає галузь житлового-господарства, а саме «Харківський метрополітен». «Програма будівництва та розвитку Харківського метрополітену на 2010-2015 роки». Необхідність прийняття Програми зумовлена швидким зростанням рівня автомобілізації та обмеженою пропускнуою спроможністю наземних транспортних магістралей.

Основними напрямками та завданнями з виконання Програми є:

- розробка комплексної транспортної схеми в м. Харкові на основі існуючих схем ліній метрополітену з урахуванням обсягів перевезень всіма видами пасажирського транспорту;
- проектування перспективних напрямків будівництва Харківського метрополітену;
- продовження будівництва нових станцій метро та електродепо;

- оновлення рухомого складу та виконання капремонту існуючих вагонів з модернізацією;
- оснащення ліній метрополітену МПЦ системами керування рухом поїздів та забезпечення безпеки руху;
- капремонт і реконструкція ескалаторного, вентиляційного, насосного обладнання, пасажирської автоматики, кабельних мереж електропостачання та зв'язку, обладнання підстанцій, колії, контактної рейки, тунельних, станційних та інших споруд з використанням новітніх технологій;
- впровадження енергозберігаючих технологій;
- надання фінансової допомоги КП «Харківський метрополітен»;
- придбання спецтехніки, обладнання для забезпечення належного функціонування метро[3].

Список використаних джерел: 1. Ілляшенко С.М. Інноваційний менеджмент/ Ілляшенко С.М. : Підручник. – Суми: ВТД «Університетська книга». – 2010. – С. 334.; 2. Захарчин Г.М., Андрійчук Ю.А. Планування інноваційної діяльності: альтернативи і етапи/ Актуальні проблеми економіки №5(131),2012. — С. 169-175. 3. <http://www.metro.kharkov.ua/uk/article/view/id/77/> Офіційний сайт КП «Харківський метрополітен»

ГОРДИЕНКО Г.В., студент, г.Днепропетровск ГВУЗ «ПГАСА»

УПРАВЛЕНИЕ НОВОВВЕДЕНИЯМИ В ОРГАНИЗАЦИИ

Современным фирмам необходимо постоянно адаптироваться к новым ситуациям, если они хотят не просто сохранить свой бизнес, но и добиться процветания. Один из мощнейших факторов, способствующих нововведениям, – наличие высокотехнологичных рабочих мест, где особую значимость приобретают идеи, информация и отношения. Многие изменения обусловлены информационными технологиями и Интернетом. Такие новшества, как электронный бизнес, планирование предпринимательских ресурсов, управление знаниями, требуют глубоких организационных изменений.

Нововведение – конечный результат инновационной деятельности, получивший реализацию в виде нового или усовершенствованного продукта, реализованного на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности.

Управление нововведениями – это целенаправленная система управления инновационной деятельностью и отношениями, возникающими в процессе движения инноваций в организации, с целью достижения максимальной эффективности инноваций, как важнейшего фактора социально-экономического развития.

Цель управления нововведениями – определение основных направлений научно-технической и производственной деятельности организации в сферах разработки и внедрения новой продукции и технологий, модернизации и усовершенствовании выпускаемой продукции, дальнейшего развития производства и управления.

В организации выделяются следующие виды инноваций:

- Продуктовые инновации, или изменения вызванные созданием и внедрением новых элементов или моделей производимой продукции;
- Технологические инновации, или модернизация производства;
- Организационные инновации, или изменения вызванные