

Кривов'язюк І.В.

К.е.н., професор, професор кафедри підприємництва,
торгівлі та біржової діяльності Луцький національний
технічний університет, м. Луцьк

Кухарук Н.В.

Студент Луцький національний
технічний університет, м. Луцьк

ФАКТОРИ СТИМУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР

Економічне зростання країни значною мірою залежить від інноваційної активності підприємницьких структур, їх прагнень, зусиль і здатності використовувати у своїй діяльності новітні технології, творчо підходити до визначення засобів задоволення потреб споживачів й на основі цього вдосконалювати та оновлювати продукцію, отримуючи більші доходи, зміцнюючи свої ринкові позиції [4, с. 72]. Однак, суттєвого впливу інноваційна активність зазнає при поширенні кризових явищ і процесів [2, с. 264-267; 3].

Незважаючи на наявність специфічних умов діяльності, слід зазначити, що досягнення інноваційної активності підприємства пов'язано з природою управлінського процесу, складом основних завдань і функцій менеджменту, які залишаються класичними. Забезпечення підприємницького успіху на основі інноваційної активності слід здійснювати поступово залучаючи основні функції менеджменту: строго формувати мету і завдання розвитку, планувати всі сторони своєї діяльності, організовувати скоординовану роботу всіх служб і виконавців, забезпечувати належний облік і аналіз витрат і результатів роботи, здійснювати систематичний контроль і регулювання ходу виконання інноваційних проектів [1, с. 93-94].

Управління інноваційною активністю підприємницьких структур покликане забезпечити не лише їх зростання, але й виживання в умовах кризових ситуацій, створюючи підґрунтя для підвищення конкурентоспроможності.

Основними факторами стимулювання інноваційної активності на макрорівні слід виокремити розвиток підприємництва, державну підтримку, розвиток економічного середовища та техніко-технологічний потенціал, дані складові є тісно пов'язані між собою. Перші два чинники слід розглядати в контексті зв'язку з законодавчо-нормативним регулюванням, а інші – формують природно-ресурсний потенціал.

До факторів регіонального рівня або мезорівня слід віднести такі: розвиток підприємництва в регіоні, регіональна підтримка органами влади, інвестиційна привабливість регіону та техніко-технологічна база регіону.

До факторів стимулювання інноваційної активності на мікроекономічному рівні доцільно віднести безпосередньо ті фактори, на які підприємство має вплив. Серед факторів мікрорівня варто виділити організаційно-управлінські фактори, соціально-психологічні фактори, матеріально-технічні та інтелектуальні фактори. Дана система факторів і формує підприємницьку ініціативу, що і формує підприємство в цілому і його інноваційну активність.

Таким чином, кожна підприємницька структура, яка сподівається підвищити інноваційну активність, повинна враховувати фактори її стимулювання, використовуючи їх вплив задля досягнення стратегічних і тактичних цілей та завдань розвитку.

Список використаних джерел:

1. Коткова Н. С. Формування системи управління інноваційною активністю підприємств з позиції їх життєвого циклу / Н. С. Коткова // Інноваційна економіка. – 2013. – № 6 (44). – С. 93–100.
2. Кривов'язюк І. В. Економіка інноваційного підприємства [текст]: навчальний посібник / І. В. Кривов'язюк, С. Я. Войтович. – Рівне : Волинські обереги, 2015. – 240 с.

3. Кривов'язюк І. В. Криза та інноваційна діяльність промислових підприємств України / Кривов'язюк І.В. // Актуальні проблеми економіки. – 2014. – № 10. – С. 83–95.

4. Федулова Л. І. Економічна сутність інноваційного розвитку підприємств циклу [Електронний ресурс] / Л. І. Федулова. – Режим доступу : <http://ir.nmu.org.ua/bitstream/handle/123456789/148809/72-74.pdf?sequence=1>.

5. s.

Левашук С. А.

Студент факультету економіки та управління
Східноєвропейський національний університет
ім. Лесі Українки, м. Луцьк

Науковий керівник: **Сак Т. В.**

К.е.н., доцент Східноєвропейський національний
університет ім. Лесі Українки, м. Луцьк

ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ

Євроінтеграційні процеси в Україні зумовили, необхідність підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств на міжнародному ринку, як на тактичному так і на стратегічних рівнях. В сучасних умовах для досягнення конкурентоспроможності та економічного зростання потрібно перейти до інноваційного шляху розвитку як держави так і конкретних підприємства. За допомогою ефективних інноваційних стратегій, можна вирішити проблеми соціальної, економічної, екологічної та інших сфер. Найрозвиненіші країни світу досягли високих результатів у цих сферах завдяки послідовній стратегії інноваційного розвитку.

Сучасні вітчизняні технології не в повній мірі забезпечують необхідні вартісні та якісні показники продукції, що є однією із головних причин низького рівня конкурентоспроможності продукції на світових і внутрішніх ринках. Отже, на сьогоднішній день існує об'єктивна потреба у забезпеченні конкурентоспроможності підприємств України шляхом інтенсифікації інноваційних процесів [1].

Однією з причин відставання українських підприємств від іноземних є відсутність цілеспрямований інноваційних процесів, тобто інноваційного шляху розвитку вираженого у вигляді стратегії. Альтернатив в умовах інтеграційних процесів, мінливого зовнішнього середовища та високих витрат на матеріали та енергоємність товарів, не існує. Стратегія формує довгострокові механізми розвитку бізнесу, досягнення максимальної прибутковості в нестабільних і швидко змінюючих ринкових умовах.

Виходячи із вищезазначеного, інноваційна стратегія являє собою такий комплексний план, яка має на меті досягнення цілей підприємства за допомогою нових технологій, засобів та методів діяльності, тобто таких, що ще не використовувались на даному підприємстві, у певній галузі та на ринку загалом [2].

На практиці в Україні відсутні механізми фінансування інноваційних підприємств, а також недостатній рівень розвитку у сферах галузевої та заводської науки, кредитна політика комерційних банків, яка не спрямована на підтримку бізнесу, високі витрати сировини, матеріалів, енергетичних ресурсів та велика кількість браку кінцевої продукції.

За своєю суттю стратегія є набором правил для ухвалення рішень, якими фірма керується в своїй діяльності, зокрема в її основній складовій — інноваційній діяльності. Стратегія нововведень фірми на ринку може носити наступальний (агресивний) або