

5. Ямпольський А. Гроші люблять розрахунок або бюджетування, як воно є / А. Ямпольський // Контакт. – 2012. – № 12. – С. 7–8.
6. Гринько Т. Проблеми впровадження стратегічного менеджменту на вітчизняних підприємствах / Т. Гринько, М. Скрипченко // Облік, економіка, менеджмент: наукові нотатки: Міжнародний збірник наукових праць. – Луцьк: РВВ Луцького НТУ, 2016. – Випуск 1 (9). – Ч. 1. – С. 206–210.

Паращенко К. О.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ІННОВАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ У ГЛОБАЛЬНІЙ КОНКУРЕНЦІЇ ТА КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ

З точки зору збереження глобальної конкуренції, збереження конкурентоспроможності, підвищення економічних показників і зростання, інновації є важливим елементом для компаній. Економічне зростання, досягнуте за рахунок конкурентних переваг, збільшує зайнятість і виробництво і, в свою чергу, призводить до економічного розвитку і зростання соціального добробуту [1]. Компанії прагнуть до інновацій аби збільшити свою здатність задовольняти нові вимоги новими продуктами, новими послугами та новими процесами.

У глобалізованому світі приватний і державний сектор трансформувалися в усіх вимірах. Внаслідок змін на ринку також змінилося функціонування компаній та економік. Сьогодні вже існуючі сценарії не допомагають, а компанії потребують нових шляхів і методів у глобальній конкуренції. Хоча творчість та інновації стають головним капіталом компаній, досягнення успіху на невизначених та гнучких ринкових умовах можливе лише за допомогою інновацій [2].

Нездатність великої промислової політики досягти бажаного успіху змусила країни шукати нові навички. Захищені території для компаній і країн зменшуються через конкуренцію. Крім того, ринкові сили є недостатніми для того, щоб перенести компанії та економіку в вигідне становище. З цих причин необхідно підняти та впровадити нові ідеї [3].

Щоб досягти успіху в глобальній конкуренції, компаніям необхідно створювати нові ідеї, нові продукти та інноваційні стратегії, і їм потрібно правильно керувати ними. Розробка та управління інноваційними та творчими здібностями систематично підвищує конкурентоспроможність перших компаній, а потім і країн. Інноваційний менеджмент стає суттєвим для економічного зростання та стабільності компаній. Ефективне використання ресурсів, задоволення мінливих потреб ринку та забезпечення конкурентних переваг можливе лише шляхом формування сумісних стратегій з організаційною структурою, логікою та культурою з метою розвитку інноваційних навичок та ефективного управління інноваційним процесом.

Інноваційний менеджмент є управлінською діяльністю, яку організації здійснюють інноваційно під контрольованим процесом нерегулярних і складних структур з метою адаптації до змін у внутрішньому і зовнішньому середовищі. Концепція інновації означає «процес», коли використовується самостійно, але це означає контроль і управління інноваціями в реалізації, коли концепція використовується як управління інноваціями [4].

Для управління інноваціями має бути цілісність і узгодженість між багатьма сферами. Такі фактори, як організаційна культура, існуючі технології, людський фактор, управління командою, продуктивність та дослідження та розробка, слід розглядати синхронно. Технологія є головним стимулом змін та інновацій. Теоретичні та емпіричні дослідження показують, що технологія відіграє ключову роль у виробництві нового продукту та процесу і переглядає правила конкуренції, змінюючи основи промислової структури. За допомогою досліджень і розробок фірми створюють нові стратегії щодо інновацій і підвищують свою частку ринку. Людський фактор сприяє формуванню фундаменту організаційного успіху в інноваціях і, отже, слід заохочувати орієнтацію та інтерес людей до інновацій. Можна створювати інновації шляхом створення екологічних обставин. Проте успішні інновації вимагають підтримки та прихильності керівництва високого рівня. Особливо, у випадках, коли інновації призводять до радикальних змін, лідерство вимагає деструктивного, ризикованого та дорогого навчання та зміни рівня. Іншою, базовою змінною в інноваційній діяльності є культура. Керівництво має підтримувати якісне бізнес-середовище, яке задовольняє потреби працівників, розвиває їхні таланти та підтримує їхню кар'єру. Завдяки розширенню можливостей та залученню практик інноваційної поведінки слід підтримувати. Крім того, крос-функціональна робота в команді, яка є одним з найважливіших каналів комунікації, може поєднувати різні перспективи та стимулювати творчість. Визнання цінності нової інформації та знань, засвоєння та застосування їх свідчить про здатність організації при визначенні інноваційного випуску [5].

Отже, роль компаній, що діють на глобальних ринках, дуже важлива для досягнення конкурентних переваг для своїх і для своїх країн. Для досягнення конкурентних переваг на світових ринках сьогодні компаніям потрібні інноваційні навички у створенні, виробництві, маркетингу та управлінні. Компанії повинні розробляти та впроваджувати стратегії розвитку та підтримки інноваційних навичок. Це можливо лише за умови належного впровадження інноваційного менеджменту. Інновації, один з найважливіших інструментів конкурентної переваги, приносять успіх лише за умови ефективного управління ними. Створення нових цінностей та управління процесом творчості ефективно відкриває нові ринки і приносить конкурентні переваги.

Список використаних джерел:

1. Портер М. Е. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов / М. Е. Портер : пер. с англ. И. Минервина. – 2-е изд. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2006. – 452 с.
2. Storper M. The Regional World: Territorial Development in Global Economy / M. Storper. – N. Y. : Guilford Press, 1997. – 338 p.
3. Балабанова Л. В. Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємств / Л. В. Балабанова, В. В. Холод. – К. : Професіонал, 2006.
4. Фатхудинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р. А. Фатхудинов. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 312 с.
5. Портер М. Международная конкуренция : пер. с англ. / М. Портер; под ред. В. И. Щетинина. – М. : Междунар. отношения, 1993. – 896 с.
6. Теоретико-методологические основы адаптивного инновационного развития / Т. В. Гринько // Экономика промышленности. Институт экономики промышленности НАН Украины. – 2011. – №2-3 (54-55).
7. Тімар І. В. Інноваційна активність як фактор підвищення конкурентоспроможності економіки України / І. В. Тімар, В. В. Весела // Економіка і менеджмент 2018: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку: зб. наук. праць Міжнар. наук-практ. конф., 19–20 квіт. 2018 р.: у 8 т. – Т. 4. Концептуальні засади управління торгівельною діяльністю підприємств в умовах глобалізації та інноваційні стратегії розвитку системи управління діяльністю підприємств в системі економічної безпеки. – Дніпро: Біла К. О., 2018. – С. 103–106.
8. Колісник В. О. Перспективи розвитку інвестиційної діяльності в Україні / В. О. Колісник, І. В. Тімар // Матеріали XIII міжнародної науково-практичної конференції студентів та молодих вчених «Наукові дослідження у Східній Європі» (8 грудня 2017 года). – Т. 1. – Вінниця: ТОВ «Нілан-ЛТД», 2017. – С. 117–119. (0,31 ум.др.арк.).

Переворська В. О.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ПРОДУКТИВНІ СИЛИ СУСПІЛЬСТВА

Економічна система – це досить складний механізм, що стрімко розвивається з часом. Вона об'єднує в собі всі фактори виробництва, економічні процеси сьогоденного суспільства, а її основою є саме продуктивні сили суспільства. Що ж це таке? Продуктивні сили суспільства – це взаємодія людей з засобами виробництва, де люди, завдяки своїм вмінням, знанням, досвіду приводять до руху ці засоби виробництва.

Взагалі, структура продуктивних сил суспільства складніша аніж здається на перший погляд, в ній є багато факторів, які є не менш важливими і без яких неможливо уявити сучасний процес виробництва, а не тільки людина та засоби виробництва. Наприклад, її складовою є певна інфраструктура, без якої ця взаємодія неможлива, це будівлі, зв'язок, транспорт тощо [1].

Невід'ємною частиною також є сили природи, такі як, сонце, дощ, вітер, в багатьох випадках без них взагалі не можна уявити виробництво. Окремо