ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

О. О. Молчанова, студентка
В. В. Лойко, д.е.н., доцент
Київський національний університет технологій та дизайну

У сучасному світі інноваційна складова розвитку підприємств є основним джерелом зростання. Світова практика показує, що сталий розвиток підприємства і його конкурентоспроможність в довгостроковій перспективі залежить від інновацій. П. Друкер стверджує, що «Єдина річ, що має значення - це інновації». Інноваційність стає невід'ємною рисою сучасного підприємства. У зв'язку з цим зростає важливість і роль управління інноваційною діяльністю, інноваційним розвитком підприємств та формування власної інноваційної політики.

Інноваційна політика підприємства полягає у розробці шляхів і механізмів упровадження і використання інновацій у виробничій практиці з метою забезпечення розвитку економіки і підвищення її ефективності.

Тобто, інноваційна політика має бути спрямована на створення умов для:

– визначення позиції підприємства на ринку і напрямів його перспективної діяльності відповідно до зміни попиту споживачів та кон’юнктури ринку;

– формування підходів до прийняття інноваційних рішень з метою обґрунтування та організаційного супроводу розробленої на перспективу концепції розвитку підприємства;

– проведення дослідницьких робіт щодо розробки та впровадженні різного роду інновацій, які спрямовані на вдосконалення існуючої технології та організації виробництва продукції, оновлення техніко-технологічної бази, яка сприятиме в майбутньому ефективнішій реакції на інновації, вимоги і потреби ринку;

– стимулювання та мотивація працівників підприємства до інноваційної діяльності, що забезпечить ефективний розвиток персоналу,

підвищення його професіоналізму, вміння вирішувати інноваційні проблеми, посилить інтерес колективу до інновацій, підвищить рівень креативності інноваційних ідей.

Зважаючи на це, складовими інноваційної політики доцільно вважати: маркетингову політику; політику в галузі науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт (НДДКР); політику структурних змін; технічну політика; інвестиційну політика.

Маркетингова політика має на меті формування тактики і стратегії поведінки підприємства на ринку. Вона націлена на вирішення наступних завдань: визначення процедур і періодичності маркетингових досліджень; розроблення товарної, цінової, збутової, комунікаційної, сервісної політики і створення механізмів їх реалізації; аналіз ефективності здійснюваної політики. Проведення маркетингових досліджень дає змогу вивчити структуру товарного ринку і прийняти рішення щодо форм і методів розвитку конкурентного середовища на ньому. Результатом буде вирішення головного завдання підприємницької діяльності – забезпечення виготовлення підприємством необхідної споживачам продукції, яка знайде позитивний відгук і сформує попит у максимально можливої їх кількості за умови економічно обґрунтованих цін.

Завданнями політика в галузі НДДКР є визначення наукового потенціалу підприємства; розроблення науково-технічної політики з урахуванням результатів маркетингових досліджень; формування технологічної політики; створення механізмів реалізації науково-технологічної політики і оцінювання її результатів.

Політика структурних змін зорієнтована на вивчення внутрішнього середовища та організаційної форми підприємства, формування адекватної інноваційним завданням організаційної структури і культури підприємництва. Організаційна структура і культура підприємництва тісно взаємопов’язані і формують структуру відносин між працівниками підприємства. Цим елементам належить вирішальна роль на стадії розроблення механізму впровадження

інновацій безпосередньо на стадії впровадження. При формуванні політики структурних змін необхідно визначити рівень розвитку культури підприємства та відповідність організаційної структури цілям і завданням підприємства; розробити рекомендації щодо формування їх відповідного стану для здійснення інноваційної політики; передбачити механізм реалізації таких перетворень; сформувати політику розвитку персоналу; розробити методику оцінювання культури підприємництва та відповідність організаційної структури щодо реалізації завдань інноваційного розвитку.

Технічна політика визначає можливості впровадження інновацій. Завданнями технічної політики є вивчення можливостей виробництва і вимог до нього та, за необхідності, усунення виявлених невідповідностей; розроблення напрямів технічного переозброєння (оновлення) основних засобів підприємства; створення механізму реалізації заходів, спрямованих на вдосконалення техніко-технологічного стану підприємства; аналіз та оцінювання ефективності здійснюваної технічної політики.

Інвестиційна політика охоплює всі фінансово-економічні аспекти функціонування підприємства, що забезпечують реалізацію інноваційної політики. Вона націлена на управління грошовими потоками на підприємстві з метою накопичення коштів, необхідних для реалізації інноваційних проектів.

Елементи інноваційної політики перебувають у постійній взаємодії. Кожен із них може ініціювати різні інновації, спрямовані на вирішення проблем у певній функціональній сфері. Так, виважена маркетингова політика дає змогу оперативно реагувати на зміну вимог споживачів, науково-технічна – на технологічні зрушення, що потребують радикальної зміни техніко-технологічної бази, технічна – дає змогу виявити можливості наявної техніки щодо диверсифікації виробництва чи збільшення виробничої потужності тощо.

Інноваційна політика змінюється в залежності від стадії розвитку підприємства та від стадії життєвого циклу інновацій.