

**Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет
Кафедра маркетингу та УІД
Сумський регіональний центр
інтелектуального розвитку
Українська асоціація маркетингу
Всеукраїнська спілка вчених-економістів**

**Збірник тез доповідей
X Міжнародної
науково-практичної конференції**

**«МАРКЕТИНГ ІННОВАЦІЙ
І ІННОВАЦІЇ У МАРКЕТИНГУ»**

29 вересня – 1 жовтня 2016 року

Суми 2016

ОРГАНІЗАЦІЙНІ СТРУКТУРИ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ ПРОЦЕСОМ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

В умовах сучасної конкуренції, одною з основних умов формування конкурентної стратегічної перспективи для промислового підприємства стає його інноваційна активність.

Ефективність проведення інноваційних розробок залежить від стану інноваційного потенціалу підприємства, визначення інноваційних потреб і можливостей організації, а також формулювання необхідних вимог до нововведень, їх створення та ефективної реалізації, спрямованої на досягнення стратегічних цілей. Інноваційна діяльність в організаціях в цьому випадку повинна стати рівнозначною функціональної сферою їх діяльності і здійснюватися цілеспрямовано і на систематичній основі.

У зв'язку з цим, інноваційна діяльність вимагає формування в організаціях спеціальних структур управління цією діяльністю з урахуванням її особливостей, що включають відповідні процеси, ресурси та інструменти, необхідні для її ефективного здійснення.

Організаційна структура інноваційного підрозділу підприємства – це сукупність наукових, конструкторських, проектних, технологічних та інформаційних підрозділів, що здійснюють основну творчу діяльність зі створення інтелектуального продукту - інновацій певного профілю і спеціалізації, а також виробничих, допоміжних і управлінських підрозділів, які забезпечують виконання тематичних планів НДДКР та реалізацію створених інновацій.

Звичайно, що на даному етапу розвитку провідну роль мають адаптивні організаційні структури. В основу побудови нових структур управління ліг підхід, який можна назвати проектно-продуктовим управлінням, що дозволяє організувати ефективну взаємодію вертикальних і горизонтальних зв'язків управління. Основні організаційні структури управління інноваційним процесом:

- матрична;
- проектна;
- інтеграційна [1].

В рамках матричної структури вчені і фахівці, що працюють над окремим проектом, знаходяться в підпорядкуванні у керівників функціональних відділів. Це дозволяє гнучко переміщати фахівців від

проекту до проекту. За рахунок регулярного перерозподілу фахівців забезпечується їх оптимальне завантаження.

У матричній структурі стабільність складу підприємства поєднується з можливістю гнучкого реагування на зміну цілей і завдань окремих проєктів.

При великих проєктах і радикальних інноваціях зазвичай застосовують проєктну схему управління, тобто всередині фірми створюється її копія зменшеного розміру і функціональні підрозділи цієї нової структури створюють проєктну команду. У проєктній структурі для вирішення конкретного завдання створюється спеціальна робоча група, яка після завершення роботи над проєктом розпускається.

Досить ефективним організаційним механізмом може бути поглинання великою компанією невеликих інноваційних фірм, що знаходяться в колі інтересів даної компанії. Велика компанія здійснює великі одноразові витрати, але скорочує термін виходу з новим продуктом на ринок, при цьому має місце синергетичний ефект від об'єднання інноваційних досягнень цих компаній. В даному прикладі використовується інтеграційна модель.

Отже, створення і функціонування на підприємстві системи управління інноваційною діяльністю пов'язане з такими позитивними ефектами:

1. Забезпеченням спланованого інноваційного технологічного розвитку і поліпшенням результатів діяльності підприємств відповідно до вимог зацікавлених сторін;

2. Забезпеченням ефективної координації між цілями і стратегією інноваційної діяльності, а також стратегічними цілями підприємства і реалізованими інноваційними проєктами;

3. Підвищенням ефективності інноваційного процесу на підприємстві, в результаті просування до комерціалізації інноваційних пропозицій з максимально можливою швидкістю при мінімізації ризику і найбільш ефективного використання ресурсів;

4. Формуванням мереж – зв'язків всередині і в зовнішньому середовищі підприємства, необхідних для ефективного здійснення інноваційної діяльності, також підвищенням ефективності взаємодії з партнерами.

1. Инновационный бизнес: формирование моделей коммерциализации коллективных разработок: учеб. пособие / под ред. К.А. Хомкина. М.: Изд-во «Дело» АНХ, 2009. С. 8-88.