

http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/833/2/GEB_2010_v28_No3S_Sunucja_L_Hryniv-Enterprise_restructuring_as_a_directions__131.pdf. (дата звернення: 10.10.2019 р

Тимчій Анатолій

Тернопільський національний економічний університет
(науковий керівник: к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту,
публічного управління та персоналу Крисько Ж.Л.)

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ІННОВАЦІЙ

У світовій економічній науці концепція І. Шумпетера щодо нових комбінацій чинників виробництва вважається основоположною базою інноваційної теорії. Науковець у своїй роботі окреслив поняття «інновація» як «будь-яка можлива зміна, що відбувається внаслідок використання нових або вдосконалених рішень технічного, технологічного, організаційного характеру в процесах виробництва, постачання, збуту продукції, післяпродажного обслуговування» [1].

Зазначимо, що американський фахівець з менеджменту Пітер Друкер розвинув методологічний підхід до інноватики. Він вважав, що нововведення варто розглядати як економічне і соціальне поняття, а не як технічне, оскільки у разі техніко-технологічних нововведень змінюються цінність і споживчі якості, які отримують споживачі з ресурсів [2]. При цьому, нововведення розглядалися ним як особливий інструмент підприємців, засіб, за допомогою якого вони прагнуть здійснити новий вид бізнесу або послуг.

Проведений аналіз літературних джерел щодо інноватики дозволив встановити існування різних точок зору щодо визначення поняття «інновації» (рис. 1).

Так, одні автори розглядають інновації як зміни, тобто «цілеспрямовані зміни, які свідомо впроваджуються в процесі відтворення для кращого задоволення наявної або формування нової суспільної потреби». Або ж «як будь-яка технічна, організаційна, економічна і управлінська зміна, відмінна від існуючої практики на цьому підприємстві».

Інші науковці вважають, що інновація окреслюється як «комплексний процес створення, поширення і використання нового практичного засобу для кращого задоволення відомої потреби людей». Існує така думка, що інновації варто ототожнювати з процесом створення нового технічного продукту і поширення його по всій економіці, а в довгостроковому плані розглядати як принципове джерело добробуту і результат творчої діяльності, спрямованої на розроблення, створення і поширення нових видів конкурентоспроможної на

світовому ринку продукції, сучасних технологій, впровадження нових, адекватних ринковим умовам господарювання організаційних форм і методів управління, нових економічних структур.



Рис. 1. Варіанти трактування поняття «інновація»

Примітка. Узагальнено автором.

Тому, узагальнюючи усі точки зору і методологічні підходи щодо суті інновацій виокремлюють такі їх характерні риси [3]:

- інновація є доцільною і корисною зміною в попередньому стані об'єкту, процесу;
- зміна повинна отримати практичне застосування і мати корисний результат;
- предметом змін можуть бути вироби, технології, організація виробництва, управління;
- інновації вважаються найважливішим засобом реалізації цілей розвитку суб'єкта і в результаті відбувається підвищення ефективності діяльності.

Вважається, що найбільш обґрунтованими в економічній літературі підходами до визначення ознак і класифікації інновацій виявилися розробки Г. Менша, Х. Фрімена, А. І. Пригожина, Б. Санто. Проте, вважаємо за доцільне зазначити, що найбільш повну класифікацію інновацій надав І. Шумпетер у

своїх роботах з теорії економічного розвитку. Так, в роботі «Кон'юнктурні цикли» він виокремив базисні і вторинні нововведення. При цьому в кожному із класів використав поняття «кластер» для окреслення групи, сукупності нововведень, що відрізняються певною цілісністю, взаємообумовленістю, спільністю технічних, технологічних, кваліфікаційних, організаційних та інших характеристик.

Використані джерела

1. Шумпетер И. А. Теория экономического развития. М.: Финансы и статистика, 1982. 524 с.
2. Питер Ф. Друкер. Бизнес и инновации. URL: <https://mybook.ru/author/tom-batler-boudon/biznes-i-innovacii-piter-druker-obzor/>. (дата звернення: 10.10.2019 р.)
3. Крисько Ж. Л. Економічна сутність інноваційно-інвестиційної діяльності підприємства. Економічний простір: Збірник наукових праць. № 89. Дніпропетровськ: ПДАБА, 2014. С. 162-172.

Федишин Олександр

Тернопільський національний економічний університет
(науковий керівник: к.е.н., доцент кафедри менеджменту,
публічного управління та персоналу Здреник В.С.)

ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗАСАДИ ДІЯЛЬНОСТІ СЛУЖБИ ПОСТАЧАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Служба постачання, будучи елементом організації її підприємства, повинна органічно вписуватися в мікрологістичну систему, забезпечувати проходження матеріального потоку в ланцюзі «постачання–виробництво–збут». Забезпечення високого ступеня узгодженості дій з управління матеріальними потоками між службою постачання і службами виробництва та збуту є завданням логістичної організації управління підприємством у цілому. Сучасні системи організації виробництва і матеріально-технічного забезпечення (наприклад, система MRP) забезпечують можливість узгодження і оперативного коректування планів і дій постачальницьких, виробничих і збутових ланок у масштабі підприємства з урахуванням постійних змін в реальному масштабі часу.

Ланцюг «постачання–виробництво–збут» повинен будуватися на основі сучасної концепції маркетингу, тобто спочатку повинна розроблятися стратегія збуту, потім, виходячи з неї, стратегія розвитку виробництва і вже потім стратегія постачання виробництва. Разом з тим, логістика розвиває маркетинговий підхід до підприємницької діяльності, напрацьовує методи, що дозволяють реалізовувати концепцію маркетингу, істотно розширює і доповнює саму концепцію.