

УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ АВТОТРАНСПОРТНОГО ПІДПРИЄМСТВА

В сучасних умовах господарювання виживання автотранспортних підприємств багато в чому ґрунтується на їх інноваційному потенціалі. Проте фахівці вважають, що наявний інноваційний потенціал використовується учасниками ринку вантажоперевезень лише на 7-10% [2]. Не встигаючи вчасно реагувати на потреби ринку і не використовуючи наявний потенціал відповідно до інноваційних напрямів розвитку економіки, підприємства стикаються з загрозою втрати конкурентоздатності.

Для сучасних автотранспортних підприємств, діяльність яких заснована на науково-технічних досягненнях, втілених в техніці і технологіях виробництва транспортних послуг, швидке та ефективно впровадження інновацій пов'язано з достатністю ресурсів, що можливо лише за умови розумної оцінки результатів діяльності та пошуку ресурсів та резервів для інноваційного розвитку. Розвиток інноваційного потенціалу підприємства сприяє посиленню його адаптаційних можливостей, підвищенню здатності до прийняття вірних управлінських рішень, збільшенню варіативності використовуваних методів та технологій.

Ефективне управління автотранспортним підприємством передбачає вміння управляти також його інноваційним оновленням, використовуючи наявний потенціал. Під управлінням інноваційним розвитком підприємства слід розуміти сукупність засобів і методів регулювання економічної та господарської діяльності підприємства задля підвищення рівня наявного інноваційного потенціалу та створення необхідного підґрунтя для впровадження інновацій.

Для ефективного управління інноваційним розвитком підприємства необхідно вирішити наступні завдання:

- 1) розробити систему та інструменти моніторингу інноваційного потенціалу;
- 2) провести оцінку інноваційного потенціалу підприємства;
- 3) визначити максимально сильні та слабкі сторони наявного потенціалу;
- 4) обрати майбутню інноваційну стратегію;
- 5) підібрати інноваційні рішення для впровадження в рамках обраної стратегії;
- 6) провести оцінку інноваційного потенціалу після впровадження інноваційних рішень у діяльність підприємства;
- 7) проаналізувати ефективність обраної стратегії та впроваджених рішень.
- 8) проаналізувати ефективність існуючої системи управління інноваційним розвитком підприємства.

Тобто оцінка інноваційного потенціалу підприємства не є самоціллю, а лише засобом досягнення поставлених цілей. Дослідження та оцінка наявного інноваційного потенціалу сприяє виявленню резервів підвищення ефективності його використання, що в свою чергу дає змогу проводити корекцію напрямів інноваційного розвитку та прогнозувати ймовірність та характер результатів інноваційної діяльності [1].

Управління власним інноваційним розвитком на основі наявного інноваційного потенціалу дає можливість підприємству суттєво збільшити конкурентоздатність за рахунок впровадження інноваційних рішень в своїй діяльності. Система управління інноваційним розвитком транспортного підприємства не тотожне поняття до системи управління підприємством в цілому, оскільки направлена насамперед на активізацію його інноваційної діяльності для досягнення довгострокових цілей.

До основних цілей інноваційної діяльності транспортних підприємств можна віднести:

- підвищення якості послуг;
- адаптацію послуг до потреб споживачів;
- зниження експлуатаційних витрат підприємства;

- впровадження екологічного транспорту;
- підвищення ефективності діяльності підприємства;
- створення доданої вартості послуг;
- збільшення ринкової частки підприємства;
- поліпшення умов праці;
- поліпшення іміджу підприємства;
- підвищення гнучкості діяльності;
- удосконалення системи управління підприємством.

Функції управління інноваційним розвитком підприємства мають реалізовуватися за елементами управлінського циклу, що притаманні будь-якому об'єкту управління, і включати в себе розробку і реалізацію рішень, а також контроль за їх виконанням.

На першому етапі здійснюється оцінка інноваційного потенціалу досліджуваного підприємства, визначаються його сильні і слабкі сторони щодо можливостей здійснення інноваційної діяльності. У випадку високого або достатнього рівня інноваційного потенціалу підприємства проводиться вибір майбутньої інноваційної стратегії підприємства та розробка інноваційних рішень в рамках обраної стратегії. Якщо наявний рівень інноваційного потенціалу не відповідає бажаному, розробляються заходи для поліпшення інноваційного потенціалу підприємства.

На другому етапі, в залежності від прийнятих рішень, починається реалізація обраної інноваційної стратегії та впровадження у діяльність підприємства (відповідно до обраної стратегії) розроблених інноваційних рішень, реалізуються заходи для підвищення рівня наявного потенціалу.

Третій етап передбачає оцінку результатів здійсненої діяльності та аналіз ефективності прийнятих рішень для коригування підприємством своєї діяльності в майбутньому.

1. Артерчук В.Д., Гузняева М.Ю. Управление инновационным потенциалом предприятия. *Управление экономическими системами: Электронный научный журнал*. 2012. №. 10 (46). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-innovatsionnym-potentsialom-predpriyatiya-1>.

2. Гладкий В.Р., Будрина Е.В. Формирование конкурентных преимуществ автотранспортного предприятия на основе развития инновационного потенциала // *VI Всероссийский конгресс молодых ученых: Сборник тезисов докладов*. Электронное издание. 2016. URL: http://openbooks.ifmo.ru/ru/collections_article/4813/formirovanie_konkurentnyh_preimuschestv_avtotransportnogo_pr_edpriyatiya_na_osnove_razvitiya_innovacionnogo_potenciala.html.

Корчинська О.С.І.

студентка

Дзюрах Ю.М

асистент

Національний університет «Львівська політехніка»

ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВАРІВ ДЛЯ ВИХОДУ НА МІЖНАРОДНІ РИНКИ

Оскільки Україна знаходиться в умовах євроінтеграції, актуальним питанням залишається підвищення якості продукції для виходу на європейський ринок. На сучасному ринку серед основних вимог існування і розвитку підприємства є виробництво конкурентоспроможної продукції, що може бути реалізована як на вітчизняному, так і на європейському ринку. Висока якість продукції поряд із підвищенням конкурентоспроможності, збільшенням обсягу продажів і зростанням частки ринку підприємства призводить до підвищення витрат, а отже, до підвищення цін або зниження рентабельності продукції.

Вирішення проблеми підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств починається, у першу чергу, із перегляду підходів до забезпечення якості продукції, що виробляється. Відповідно до сучасних підходів якість – універсальне і всеосяжне поняття,