

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ НАУК УКРАЇНИ
МАЛА АКАДЕМІЯ НАУК УКРАЇНИ



МІНІСТЕРСТВО
ОСВІТИ І НАУКИ
УКРАЇНИ



НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
“ПОЛТАВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА
ІМЕНІ ЮРІЯ КОНДРАТЮКА”



United Nations
Educational, Scientific and
Cultural Organization

М.З.Н.

Мала академія наук
України під егідою
ЮНЕСКО

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ XVI МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ “АКАДЕМІЧНА Й УНІВЕРСИТЕТСЬКА НАУКА: РЕЗУЛЬТАТИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ”



205

років освітніх традицій

12-13 ГРУДНЯ 2023 РОКУ

своїх можливостей та підготовленості. Задоволення - емоційне (позитивне) ставлення до того, що відбувається, коли розвиток подій відповідає очікуваному.

Із задоволенням складніше – спорт без помилок не буває. Питання у тому, як ставитися до помилок – боятися чи боятися їх робити? У кожного спортсмена є межа страху скоєння помилки, межею якої є страх покарання. Звідси й мотиваційна установка - "повинен, зобов'язаний" або "хочу, можу, зроблю".

УДК 339.13

ІННОВАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ

Безрукова Н.В., Свічкарь В.А.

*Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
bezrukova.nataliya.1976@gmail.com*

Динамічний розвиток світового господарства є невід'ємною частиною процесу перетворень економіки будь-яких країн, що, в свою чергу, стає базою для змін і вдосконалень суб'єктів господарювання. Сучасний світ характеризується потребою в постійних інноваціях та гнучкості компаній задля виживання в умовах турбулентної економіки. З одного боку, така тенденція розвитку стає запорукою розвитку конкуренції на ринку, що неминуче змушує корпорації до якісного оновлення стратегій їх розвитку, але з іншого, знижує шанси на появу і розвиток нових суб'єктів господарювання з обмеженим запасом матеріальних і фінансових активів. Таким чином, саме інновації стають рушійною силою розвитку і виживання компаній в умовах сучасного ринку.

Метою статті є аналіз особливостей інноваційного менеджменту сучасних транснаціональних корпорацій.

Дослідження базується на використанні принципу єдності теорії і практики, прогнозуванні розвитку економічних процесів на основі методу наукової абстракції.

Важливість новітніх розробок і нововведень не обмежується лише мікроекономічним рівнем конкретних суб'єктів господарювання. Велике значення інновації мають для розвитку країн і світової спільноти в цілому. Загальновідомо, що національна економіка може розвиватися в двох напрямках: екстенсивному та інтенсивному. Вирішальне значення для економіки країни здобувають інтенсивні фактори. Підвищення кваліфікації кадрів, продуктивності праці, якісних характеристик матеріалів і обладнання, а також їх віддачі визначається швидкістю поширення інновацій. За різними оцінками, внесок НТП у приріст валового внутрішнього продукту (ВВП) найбільш розвинених країн складає 75-100%.

Інноваційний тип розвитку накладає особливий відбиток на менеджмент компанії, його цілі, функції, методи, формуючи в його складі особливе автономне ядро – інноваційний менеджмент, що спрямовує і регулює всю сукупність

інноваційно-інвестиційних процесів у господарській системі для забезпечення складної інтеграції науки, виробництва і ринку [1].

Інноваційний менеджмент забезпечує поступальний, пропорційний, ефективний розвиток системи, її економічну стійкість і безпеку. При цьому менеджери повинні зосереджувати свої зусилля на чотирьох пріоритетних напрямках [2]:

- перетворення техніко-технологічної бази, зокрема, впровадження комплексної механізації і автоматизації виробництва та управління;
- формування нового складу персоналу, зокрема, шляхом підвищення кваліфікації і творчої активності працівників;
- інноваційне оновлення всіх сфер діяльності, напрямків організації виробництва і праці, складових систем управління;
- посилення спрямованості діючої системи мотивації праці на підтримання інноваційної діяльності, інноваційного клімату на підприємстві;
- об'єктивна і достовірна оцінка рівня інноваційності компанії, зокрема, слід визначитися з системою показників, розрахувавши які, можна визначити ступінь соціально-економічного розвитку підприємства, рівень та ефективність розробки, впровадження у виробництво і реалізацію науково-технічних розробок.

Мотиви створення і продажу інновацій обумовлені цілим рядом факторів. Основними факторами є [3]:

- 1) посилення конкуренції;
- 2) зміни у виробничо-торговельному процесі;
- 3) удосконалювання технологій операцій;
- 4) зміни в системі оподаткування;
- 5) досягнення на міжнародному фінансовому ринку.

В усьому світі каталізаторами глобалізації виступають інноваційні процеси. Науково-технічний прогрес, прискорюючи розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, сфери транспорту та перевезень, сприяє зростанню кількості міжнародних контактів, поєднуючи півкулі та материки світу. Серед інноваційних характеристик процесів глобалізації виділяють інтелектуалізацію світового виробництва, інвестиційний глобалізм тощо. Так само, інноваційні процеси трансформуються під впливом глобальних зрушень в економічних та соціальних процесах. Особливості інноваційного розвитку обумовлено такими факторами, як глобалізація попиту на високотехнологічну продукцію, інтернаціоналізація наукової та дослідницької діяльності, зростання темпів технологічного розвитку, підвищення рівня комплексності наукових розробок, збільшення частки інвестиційних витрат, що спрямовуються на розвиток людського капіталу та інновацій .

Отже, важливою світовою тенденцією є глобалізація інноваційної діяльності, в тому числі наукових досліджень. Зміни у глобальному функціонуванні організацій впливають на вибір пріоритетів у розробці та

реалізації інновацій, а також у підходах до стратегічного управління інноваційною діяльністю.

Література:

1. Антонюк Л. Л., Поручник А. М., Савчук В. С. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації : монографія. Київ : КНЕУ, 2003. 394 с.
2. Горбовий А. Ю., Ліпич Л. Г., Степанюк О. М., Погореловська І. Д., Буняк Н. М., Хілуха О. А. Інноваційний менеджмент : навч. посіб. 2-е вид. випр. і доп. Ірпінь : Університет ДФС України, 2018. 223 с.
3. Інноваційний менеджмент: теорія та практика: навч. посіб. / [О. А. Гавриш та ін.]. Київ : НТУУ «КПІ»: Політехніка, 2016. 388 с.

УДК 159.923.2:378.22-051

ФІЛОСОФІЯ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ В МАРКЕТИНГОВОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ПЕРЕХОДУ ДО МЕРЕЖЕВОЇ ЕКОНОМІКИ

Бехтер О.С.

Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
sashabehter0912@gmail.com

Постійні економічні перетворення у світі впливають і на трансформацію економічної діяльності в Україні. На сьогодні, стала проявлятися тенденція змін у бізнес-середовищах господарювання підприємств, різних форм власності, що впливає і на систему менеджменту всередині установи, в тому числі і маркетингового. Як результат, перетворення сформованих ринкових умов господарювання, зумовлює необхідність адаптації бізнес-середовища, а саме підбір і вибір інструментів, що направлені на актуальні процеси розробки товару, його просування на ринок, вибір команди фахівців: менеджери, психологи, аудиторі, що займатимуться розробкою ідей та методів впливу, для позитивного психологічного сприйняття іміджу товару, задоволеність цільової аудиторії та самого виробника на обраному ринку.

Філософія маркетингового менеджменту – базове поняття управління (планування, організація, мотивація та контроль) в організації, яке направлене на вектор аналізу просування товару на ринок, з його основними елементами: продукт, ціна, розподіл та реалізація, використовуючи різноманітні механізми впливу на підсвідомість цільової аудиторії ринку [1].

В таблиці 1 відображено чотири виміри у філософії маркетингового менеджменту підприємства, що розкривають його сутність.

Таблиця 1 – Основні виміри філософії маркетингового менеджменту підприємства

Виміри	Зміст
Онтологічний	Визначає предметне поле маркетингового менеджменту; його глибинний зміст як науки про природу, суспільство і людину; виокремлює проблематику, яка базується на предметному пізнанні процесу управління маркетинговою діяльністю підприємства як підсистеми суб'єкта господарювання; пізнанні його як елемента всієї системи управління на підприємстві, де проявляється широка сукупність реальних взаємозв'язків і