

обов'язки і застосовуються в разі необхідності заходи дисциплінарного і громадського впливу.

У статті 141 йдеться про обов'язки власника або уповноваженого ним органу. Власник повинен правильно організувати працю, створювати умови для зростання продуктивності праці, забезпечувати трудову і виробничу дисципліну, неухильно додержуватися законодавства про працю, правил охорони праці, уважно ставитися до потреб і запитів працівників, поліпшувати умови їхньої праці та добробуту. Стаття 142 містить правила внутрішнього трудового розпорядку, статuti і положення про дисципліну. Трудовий розпорядок на підприємствах визначається правилами внутрішнього трудового розпорядку, які затверджуються трудовими колективами за поданням власника або уповноваженого ним органу і профспілкового комітету на основі типових правил.

У статті 145 мова йде про переваги і пільги для працівників, які успішно і сумлінно виконують свої трудові обов'язки. Працівникам, які успішно й сумлінно виконують свої трудові обов'язки, надаються в першу чергу переваги та пільги в галузі соціально-культурного і житлово-побутового обслуговування (путівки до санаторіїв та будинків відпочинку, поліпшення житлових умов і т. ін.). Таким працівникам надається також перевага при просуванні по роботі.

**УДК 338.24**

О.В. Гринько, к.е.н., доцент

О.В. Галушка, магістр

*Полтавський національний технічний університет  
імені Юрія Кондратюка*

## **СУТНІСТЬ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИМЄСТВ УКРАЇНИ**

Розвиток промисловості України значною мірою залежить від досягнень науково-технічного прогресу, а саме інновацій (новітньої техніки, прогресивних технологій та ін.), залучення

яких вимагає визначеного обсягу витрат у формі довгострокових вкладень капіталу, тобто інвестицій.

Життєздатність економіки будь-якої країни визначається масштабами та якістю накопичення новацій, а саме: нових ідей, технологій, продуктів, управлінських систем, які є результатом розвитку науки та інноваційної діяльності. нововведення охоплюють усі сфери людської діяльності, радикально впливають на процес господарювання, змінюють соціально-економічні відносини в суспільстві. Неперервні і постійні інновації стають необхідною і природною формою існування будь-якої фірми, забезпечують їй конкурентоспроможність і виживання на ринку [1, с.27].

В економічній літературі процес впровадження науково-технічних знань у виробництво дістав назву «інновації». Innovation (англ.) – утворено з двох слів – латинського «новація» (новизна, нововведення) і англійського префікса «ін», що означає «в», «введення». Тому, у перекладі з англійського «інновація» означає: введення нового, відновлення. Цей термін широко використовується як самостійно, так і для визначених інших споріднених понять – «інноваційна діяльність», «інноваційний менеджмент», «інноваційний процес», «інноваційне рішення», просто «інновація» [3]. Вперше термін «інновація» запровадив у науковий обіг австрійський економіст Й. Шумпетер. У своїх роботах «Теорія економічного розвитку» (1912 р.) та «Капіталізм, соціалізм і демократія» (1942 р.) він розглядає «інновацію» як сукупність дій, спрямованих на:

Впровадження товару, з яким споживачі ще не знайомі, або нового різновиду якогось товару. Впровадження методу виробництва, який ще не випробуваний у відповідній галузі.

Відкриття нового ринку, на якому та чи інша галузь національного виробництва не була присутня, незалежно від того, чи існував до цього цей ринок або його не було. Опанування нового джерела сировини або напівфабрикатів незалежно від того, чи існувало вже це джерело або ж воно тільки було створене.

Проведення нової організації будь-якої промисловості, наприклад, завоювання позицій монополіста або її втрати. За

твердженням Й. Шумпетера, головним критерієм успіху економіки є здатність до розширення виробництва, насамперед, унаслідок нововведень (інновацій). Хоча останні і можуть спричинити серйозні порушення в наявних економічних відносинах, але у кінцевому рахунку вони призводять до вигоди для всього суспільства. З часом це поняття набуло більш широкого змісту. Якщо раніше воно застосовувалося головним чином у галузі технології виробництва, то зараз використовується для означення нових форм торгової політики, управління кадрами, використання функціональних структур.

На думку О.В.Василенко інновація – це нововведення, пов'язане з науково-технічним прогресом і, що полягає у відновленні основних фондів і технологій, в удосконаленні управління й економіки підприємства [2, с. 195].

Відкриття – установлення невідомих раніше об'єктивних закономірностей, властивостей та явищ матеріального світу, що сприяють накопиченню теоретичних знань. На думку В.В. Іванова, наукове відкриття може бути виміряне тим, що воно додає до пізнання явищ природи [4, с. 14].

Саме винаходи, а не обов'язково відкриття, є основою науково-технічного прогресу і мають відношення до зародження ідеї створення науково-технічної продукції, процесу або методу із суттєвим певним ступенем новизни чи пріоритету. Як правило, лише незначна частина винаходів відповідає реальним економічним умовам і при застосуванні у виробництві спроможна забезпечити приріст економічного ефекту. Тільки у цьому випадку винахід, трансформований у нову продукцію або спосіб її створення, отримує статус нововведення. Решта винаходів становить фундаментальну базу для подальших наукових досліджень і може бути реалізована у майбутньому як нововведення при виникненні необхідних умов. Якщо нововведення суттєво перевищує потенційні можливості вже існуючої науково-технічної продукції або технологій, то відбувається його швидке поширення. Дане явище називають проникненням або дифузією.

Отже, темпи науково-технічного прогресу залежать безпосередньо від ефективності роботи науки, яка продукує нові ідеї і втілює їх у експериментальні зразки, що потім у разі

економічної доцільності стають об'єктом масового тиражування у другій сфері інноваційного циклу – науково-виробничих об'єднаннях. Причому, останні мають безпосереднє відношення до того, як швидко і в яких масштабах може бути поширене нововведення. Тому відпрацювання організаційно-економічного механізму роботи всієї інноваційної сфери у ринкових умовах матиме вирішальне значення у темпах економічного росту промисловості в майбутньому.

#### Список використаних джерел

1. Виноградова С.Н. Коммерческая деятельность : учебн. пособ. / С.Н. Виноградова – Минск: Высшая школа, 2008. – 235 с.
2. Василенко О.В. Інноваційний менеджмент: Навчальний посібник. / За редакцією В.О. Василенко. – К.: ЦУЛ, Фенікс, 2013. – 440 с.
3. Гаман М. Механізми державної підтримки інноваційного розвитку економіки / М. Гаман // Вісник Української Академії державного управління. – 2013. – № 2. – С.59–66.
4. Иванов В.В. Национальные инновационные системы: опыт формирования и перспективы развития / В.В. Иванов // Инновации. – 2012. – № 4. – С. 14–18.

**УДК 331.3.338**

М.В. Гунченко, к.е.н., доцент  
С.А. Каюров, магістр

*Полтавський національний технічний університет  
імені Юрія Кондратюка*

## **ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ В СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Інноваційна стратегія — один із засобів досягнення цілей організації, який відрізняється від інших засобів своєю новизною, передусім для даної організації, для галузі ринку, споживачів, країни в цілому.

Слід зазначити, що будь-які стратегічні кроки організації мають інноваційний характер, оскільки вони так чи інакше ґрунтуються на нововведеннях в економічній, виробничій, збутовій чи управлінській сферах. Наприклад, одна з