

Отже, покращення якості продукції є одним з найбільш значимих факторів підвищення ефективності виробництва. Поліпшення якості розглядається як найважливіша умова конкурентоспроможності продукції на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Конкурентоспроможність продукції в значній мірі визначає престиж країни і є фундаментальним аспектом зростання національного багатства.

Література:

1. Галичев А.В. Основы управления качеством продукции / А.В.Галичев. – М. : РИА «Стандарты и качество», 2001. – 424с.
2. Пономарьова О.С. Вплив якості продукції на конкурентоспроможність підприємства / О.С. Пономарьова // Економіка, фінанси, право. - 2009. - №5. - С. 8.
3. Вовк О.М. Теоретичне забезпечення якості транспортних послуг// Проблеми системного підходу в економіці: зб. наук. праць. – К: НАУ, 2014. – Вип. 48. – С.134-140.

Кришовський В.Л., Білик А.І., магістранти
 Науковий керівник: **Воробйова Л.Д.**
 к.т.н., доцент кафедри економіки
 Кременчуцький національний університет
 імені Михайла Остроградського

УПРАВЛІНСЬКІ ІННОВАЦІЇ – ФУНДАМЕНТ В ОРГАНІЗАЦІЙНІЙ МОДЕЛІ ПІДПРИЄМСТВА ТА ІНСТРУМЕНТ В ПІДВИЩЕННІ РІВНЯ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ

В умовах загострення конкуренції, високого темпу розвитку технологій, ускладнення організаційних і управлінських відносин господарств та обмеженості ресурсів, підприємства змушені здійснювати пошук нових, більш ефективних шляхів використання ресурсів, методів управління, організації праці та інформаційного забезпечення процесу виробництва - переходити на інноваційну модель поведінки, в основу якої покладено управлінські нововведення, інноваційна активність персоналу та підприємства загалом.

Інноваційна активність відображає внутрішній стан підприємства та креативно налаштованого персоналу, при цьому, управлінські інновації являються основним фактором в підвищенні конкурентоспроможності підприємства, так як вони ставлять за мету перетворення управлінської структури компанії та поліпшення методів управління персоналом.

Метою дослідження є оцінка управлінських інновацій, їх значення в розвитку підприємств та визначення ролі управлінських рішень, направлених на підвищення рівня мотивації персоналу та креативної корпоративної активності.

Управлінські інновації - цілеспрямована зміна складу функцій,

організаційних структур, технології та організації процесу управління, орієнтоване на заміну елементів системи управління або всієї системи управління, з метою прискорення або поліпшення вирішення поставлених перед підприємством задач на основі виявлення закономірностей і чинників розвитку інноваційних процесів на всіх стадіях життєвого циклу продуктів, технологій і підприємства в цілому; мають на увазі реалізацію нового методу у веденні бізнесу і вирішення проблем бізнес-процесів, організації процесу створення нових продуктів, організації робочих місць або зовнішніх зв'язків [1].

Складові організаційних інновацій: новітні корпоративні стратегії; диверсифікована структура корпоративного об'єднання; ефективна фінансова логістика; значно покращені моделі управління; сучасні методи управління на основі інформаційних технологій; нові методи організації праці і мотивації персоналу; оптимальний режим робочого часу; сучасні системи контролю якості та сертифікації; вдосконалена маркетингова стратегія; наявність ефективних науково-дослідницьких підрозділів.

Внутрішній стан підприємства відображає його загальна інноваційна активність, при цьому, управлінські інновації являються основним фактором в підвищенні конкурентоспроможності підприємства, так як вони ставлять за мету перетворення управлінської структури компанії та поліпшення методів управління персоналом.

Інноваційна активність підприємств залежить в першу чергу, від інноваційно-креативного потенціалу співробітників підприємств, а успіх від її впровадження, в більшій мірі, залежить від рівню підготовки персоналу та прояву творчої енергії кожного спеціаліста. Особлива роль у стимулюванні і мотивуванні колективу на продуктивну роботу належить адміністративним кадрам.

Взаємозв'язок рівня конкурентоспроможності товару, фірми, країни з нововведеннями однозначна та очевидна. Тому перед управлінцями, для стимулювання персоналу до творчої активності, що є каталізатором у створенні нових продуктів, стоїть завдання побудови ефективної системи мотивації, адже корпоративна інноваційна активність, яка є відображенням творчої та креативної діяльності всього колективу підприємства, може відобразитись у вигляді конкурентоспроможних новітніх якісних товарів і послуг.

Окрім стимулювання процесу розробки нових продуктів, корисні нововведення в організації праці та управління персоналом дозволяють скоротити втрати робочого часу і трудомісткості, або, введення в обіг нового енергозберігаючого обладнання і безвідходних і маловідходних технологій істотно знизять матеріаломісткість та енергоємність. Ці ж інновації паралельно підвищують екологічність і раціональність. Застосування цих інновацій у комплексі істотно впливає на економічну складову конкурентоспроможності - знижує витрати, і, як наслідок, може знизити вартість товару або послуги. Не варто відкидати і психологічну складову - оновлення дизайну виробів, що також є своєрідною інновацією, явно приваблює покупця. Так само і з послугами - впровадження нових технологій, що використовуються для їх надання, навіть деяка оригінальність у зовнішньому вигляді та поведінці

обслуговуючого персоналу може стати великим плюсом для обслуговуючої організації [2].

Управлінські інновації тісно пов'язані з технологічними у всіх сферах економіки та дозволяють створювати необхідні умови для втілення інновацій інших типів, тому являються фундаментом для організації інноваційної діяльності на підприємстві.

Інноваційно налаштоване керівництво підприємств, для підтримки високого рівня конкурентоспроможності, повинно навчитися оперативно реагувати на зміну потреб споживачів, та навіть попереджати їх, прогножуючи нові тенденції ринку. Саме таким чином створюються продукти та послуги, у яких деякий час не буде конкурентів.

Таким чином, управлінські інновації є основним фактором підвищення конкурентоспроможності підприємства внаслідок перетворення організаційної структури компанії, вдосконалення системи корпоративних фінансів та управління персоналом.

Метою подальших досліджень є більш детальне дослідження управлінських інновацій та пошук способів підвищення мотивації персоналу підприємств для підняття їх рівня інноваційної активності.

Література:

1. Румянцев А.А. Возможности инновационного развития в регионе / А.А. Румянцев //Экономист. 2004. – С. 34–39.
2. Максимова И. Оценка конкурентоспособности промышленных предприятий / И. Максимова //Маркетинг. — 1996. — № 3. — С. 33–39.

Кузнєцова Ю.В., студентка

Науковий керівник: **Голованова М.А.**,

доцент кафедри економіки та маркетингу

Національний аерокосмічний університет ім. М.Є. Жуковського «ХАІ»

ДИРЕКТ-МАРКЕТИНГ ЯК ЕФЕКТИВНА СКЛАДОВА КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ

Будь-яка країна, що успішно розвивається повинна справлятися з трьома основними завданнями: створення і підтримання довгострокових партнерських відносин з постійними клієнтами; залучення та підготовка першокласних фахівців; ефективно і швидко засвоєння і поширення досвіду. Вирішення цих завдань, як правило, є запорукою і головним джерелом конкурентоспроможності практично у всіх галузях економіки. Компанії, які використовують у своїй практиці директ-маркетинг, мають можливість безпосередньо звертатися до клієнтів, що, безумовно, є вагомою перевагою і ефективним інструментом просування. Сьогодні при реалізації маркетингової стратегії дуже важливо використовувати сучасні технології й засоби масової комунікації. Саме ці канали є найбільш перспективним напрямком в сфері