

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ У РУСЛІ КОНЦЕПЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО МАРКЕТИНГУ

Функціонування будь-якого підприємства не можливе без управління його господарською діяльністю. Саме через функцію управління відбувається процес координації дій основних суб'єктів господарювання на підприємстві, головною метою яких є досягнення поставлених цілей та виконання місії підприємства.

Управління – це процес сполучення ресурсів для досягнення поставленої мети; свідомий вплив людини на різні об'єкти та процеси, що відбуваються в оточуючому середовищі та осіб, які пов'язані з ними, що відбувається з метою надання процесам визначену направленість та отримати бажані результати [1].

Система управління промисловим підприємством, що керується концепцією інноваційного маркетингу, є комплексом принципів, функцій, управлінських відносин та механізму управління, які разом призводять до виконання головної місії підприємства – задоволення потреб і запитів споживачів. Схема даної системи управління представлена на рис. 1, основними відмінностями якої є:

1. Головними принципами управління є принцип орієнтації на інноваційний шлях розвитку, принцип орієнтації на споживача та принцип орієнтації на працівника.

2. В якості основної групи ресурсів підприємства є його трудові та інформаційні ресурси, які є основними джерелами ідей інновацій і інструментами їх реалізації.

3. Основними методами управління виступають соціально-психологічні методи, які передбачають використання засобів мотивації працівників задля отримання максимальної результативності господарської діяльності.

4. Відмінністю механізму управління на засадах інноваційного маркетингу від існуючих є його основні елементи об'єкту впливу, а саме маркетингова та інноваційна діяльність, а також інтегративна функція, яка реалізує процес взаємоузгодження цих елементів.

5. Досягнення поставлених цілей та завдань підприємства реалізується через управління проектною діяльністю, яка передбачає розробку та реалізацію інноваційних проектів і є сполучною ланкою між інноваційною та маркетинговою діяльністю.

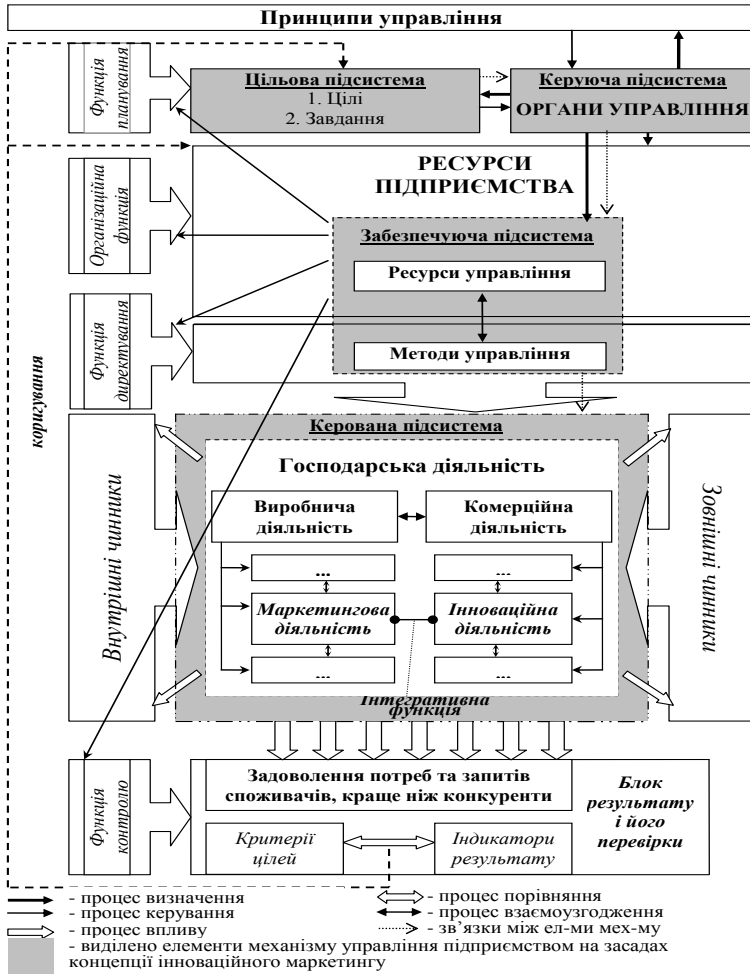


Рис. 1 Схема системи управління підприємством у руслі концепції інноваційного маркетингу

Виходячи з вищевикладеного можна зробити висновок, що актуальним залишається розробка механізму впровадження та реалізації концепції інноваційного маркетингу на промислових підприємствах.

1. Теория управления социалистическим производством / [Под ред. О. В. Козловой]. – М., 1983. – 243 с.