

ЕКОНОМІКО-СОЦІАЛЬНІ ВІДНОСИНИ В ГАЛУЗІ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ ТА СФЕРІ ОБСЛУГОВУВАННЯ

Тези доповідей
VI Міжнародної науково-практичної конференції
(9–10 травня 2024 року, м. Львів)

За загальною редакцією
Наталії ПАВЛЕНЧИК

Львів
ЛДУФК ім. Івана Боберського
2024

ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНА СТРАТЕГІЯ В СИСТЕМІ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ

Любов Перетятко

кандидат економічних наук, доцент

*Львівський державний університет безпеки
життєдіяльності (Україна)*

Антикризове управління виходить із того, що рушійною силою розвитку є інвестування. Для виходу з кризи треба насамперед сприяти створенню умов нарощування інвестицій.

Інвестиційна стратегія в антикризовому управлінні спрямована на подолання інвестиційного спаду в період кризи, структурну розбудову виробництва й створення умов для фінансової стійкості підприємства в довгостроковому періоді.

Інвестиційна діяльність підприємства відбувається за такими напрямками:

- оновлення й розвиток матеріально-технічної бази підприємства, тобто розширене відтворення його основних засобів;
- нарощування обсягів виробництва й реалізації продукції;
- освоєння нових видів діяльності.

Управління інвестиційною діяльністю містить:

- розроблення й реалізацію довгострокової інвестиційної стратегії;
- розроблення й реалізацію середньострокових інвестиційних рішень щодо інвестиційного портфеля;
- оперативне управління інвестиційними програмами й проектами.

Інноваційна діяльність складається з виконання певних заходів, об'єднаних в один логічний ланцюг. Кожна ланка цього ланцюга, кожна стадія цієї діяльності підпорядкована своїй логіці розвитку, має закономірності й зміст [1, с. 4].

Поеднуючись воедино, наукові дослідження, дослідно-конструкторські й технологічні розробки, інвестиційно-фінансові, комерційні й виробничі заходи підпорядковані одній головній меті – створенню нововведення. Тож інноваційну діяльність не можна звести до жодного з складників; вона характеризується фронтальністю, високим рівнем невизначеності й ризику, складністю прогнозування результатів [2, с. 6].

Кожна інновація реалізується за схемою, яка називається інноваційним циклом, що має різні етапи – від ідеї до комерціалізації нововведення.

В основі антикризового управління, що поєднує в собі фінансову й соціальну функції, повинні лежати інновації – продуктові й процесні, а також інституційні.

Продуктові інновації зводяться до вибору й освоєння нових видів операцій (діяльності, продуктів) підприємства. Для цього підприємству можуть знадобитися попереднє розробка нового продукту й технології його випуску або придбання відповідних технічних рішень і прав на них на ринку технологій.

Технологічні процесні інновації – це нові технологічні процеси, нові технологічне обладнання й оснащення, нові матеріали.

Процесні інновації є нововведеннями, що вносять;

- у процеси взаємодії підприємства із зовнішнім середовищем;
- у процес управління рухом матеріальних запасів і коштів на підприємстві;
- у процеси загального менеджменту, що визначають рівень постійних й операційних витрат;
- у технологічні процеси випуску продукції, включно з освоєнням нових технологічних регламентів і нових видів технологічного устаткування й спеціальної технологічної оснастки.

Антикризові процесні технологічні інновації повинні якщо можливо, виключати потребу дорогих робіт, пов'язаних зі створенням і випробуванням дослідно-промислових установок.

«Класичними» процесними інноваціями в антикризовому управлінні вважаються нововведення в процесах функціонування підприємства, які можуть призвести до якнайшвидших результатів у фінансовому оздоровленні підприємства [3, с. 6].

Першочергові процесні антикризові інновації:

- заходи щодо економії постійних (умовно постійних) операційних витрат підприємства;
- нововведення в кадровій політиці підприємства;
- новації в організації роботи із замовниками (покупцями) та (або) з постачальниками (підрядниками).

Можна видокремити такі види інновацій, що застосовують за антикризового управління:

- виготовлення нового, тобто ще не відомого споживачам блага або створення нової якості того чи того блага;
- упровадження нового методу виробництва, в основі якого лежить нове наукове відкриття й може полягати й у новому способі комерційного використання відповідного товару;

- освоєння нового ринку збуту, тобто такого ринку, на якому досі ця галузь промисловості цієї країни не була представлена, незалежно від того, існував цей ринок раніше чи ні.

Список використаних джерел

1. Хаджинова О. В., Мінц О. Ю. Формування інноваційної стратегії в системі антикризового управління підприємством. *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності*. 2010. С. 15–27.
2. Линник О. І., Смолоник Р. Ф., Юр'єва І. А. Антикризове управління на вітчизняних та закордонних підприємствах: теорія, діагностика кризового стану, соціально-економічні аспекти управління: монографія. Харків: НТУ «ХПІ», 2013. 543 с.
3. Прохорова Ю. В. Стратегічні та тактичні аспекти формування антикризового фінансового управління підприємством. *Проблеми та перспективи розвитку підприємництва*: зб. матеріалів міжнар. наук.-практ. конф. Харків: ХНАДУ, 2015. 233 с.