

процедуры регулирования процесса обмена информации между компьютером и ЛПР с учетом закономерностей восприятия и обработки информации человеком, а также учитывать факторы, связанные с личностными особенностями ЛПР.

Литература.

1. Системи підтримки прийняття рішень: Навч. посібник / О.І. Пушкар, В.М. Гиковатий. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2006. – 304 с.
2. Информационно-аналитическое обеспечение управления административно-финансовой деятельностью вуза / В.С. Кривцов, А. С. Кулик, Н.В. Нечипорук, А.Г. Чухрай, О.А. Пищухина, Е.В. Мирная. – Харьков: Нац. аэрокосм. ун-т «Харьк. авиац. ин-т», 2003. – 265 с.

СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ АТП

Скурту В. В., студент

Науковий керівник: Федотова І. В., к.е.н., доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

В умовах нестабільного ринкового середовища, яке характеризується значними змінами пріоритетів і умов проведення інноваційної діяльності, важливою ознакою інноваційного розвитку є здатність підприємства адаптуватись до внутрішніх змін та впливу зовнішнього оточення. Ця здатність зветься інноваційним потенціалом. Тож інноваційний потенціал є невід'ємною частиною діяльності підприємств.

Термін "інноваційний потенціал" має широкий спектр підходів до його вивчення в економічній літературі. У широкому розумінні потенціал - це величина, яка характеризує запас енергії тіла, що перебувала в даній точці силового поля. Наприклад, І. Балабанов [1, с. 208] під інноваційним потенціалом розуміє "сукупність окремих видів ресурсів, включаючи матеріальні, інтелектуальні, інформаційні та інші ресурси, необхідні для здійснення інноваційної діяльності". Д. Кокурін [2, с. 90] вважає, що "інноваційний потенціал містить невикористані приховані можливості нагромаджених ресурсів, що можуть бути задіяні для досягнення цілей економічних суб'єктів". А. Гриньов [3, с. 207] розглядає інноваційний потенціал як сукупність усіх наявних матеріальних і нематеріальних активів підприємства, що використовуються у процесі здійснення інноваційної діяльності і які здатні забезпечити досягнення конкурентних переваг підприємства. А. Савчук [4, с. 448] вважає, що до складових інноваційного потенціалу виробника повинні включатися тільки ті його ресурси, які можуть бути використані при реалізації всіх етапів життєвого циклу виробів.

Інші вчені [5, с. 952] розглядають інноваційний потенціал як спроможність підприємства розробляти та впроваджувати нововведення згідно з необхідними якісними стандартами з метою адаптації до змін у зовнішньому середовищі. Основними складовими інноваційного потенціалу підприємства слід вважати

виробничо-технологічні, матеріально-технічні, організаційно-управлінські, фінансово-економічні ресурси, які в змозі забезпечити досягнення конкурентних переваг підприємства на основі використання інновацій.

Таким чином, узагальнюючи праці різних авторів, можна дати наступне визначення, що інноваційний потенціал – це сукупність прихованих ресурсів, які є у наявності підприємства, які є резервом, що можуть бути використані під час нестабільної ситуації або під час впровадження та розробки нових технологій за для поступового їх втілення на підприємстві.

Інноваційний потенціал відграє важливу роль в функціонуванні підприємства, оскільки, в сучасних умовах нестабільності підприємство повинно швидко реагувати на зміни та пристосовуватися до них за для кращого функціонування та подальшої роботи.

Література.

1. Балабанов И.Т. Инновационный менеджмент. [Учеб. пособ.] / Балабанов И.Т. - СПб.: Питер, 2002. - 208 с.
2. Кокурин Д. Развитие в России территориально-производственных образований научного, научно-технологического и научно-промышленного типов // Российский экономический журнал. – 2001. – № 9. – С.90-94.
3. Гриньов А. В. Стратегічне управління інноваціями / А. В. Гриньов // Вісник Східноукраїнського національного університету ім. В.Даля. – Луганськ, 2002. – № 9 (55). – С. 207–214.
4. Савчук А.В. Теоретические основы анализа инновационных процессов в промышленности: Монография / НАН Украины. Ин-т экономики пром-сти. – Донецьк, 2003. – 448 с.
5. Економічна енциклопедія: В 3 т. / Редкол. С.В. Мочерний (відп. ред.) та ін. - К.: Видавничий центр "Академія", 2002. - Т. 3. - С. 952.

РОЛЬ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ В УПРАВЛІННІ МАЛИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Соловійова В. Ю., студентка

Науковий керівник: Немченко Т. А., асистент

Кіровоградський національний технічний університет

Для успішного функціонування малого підприємства, незалежно від послуг і товарів, які воно надає, необхідні ефективно працюючі і кваліфіковані кадри, грамотні і здатні керувати виробничим процесом управління. Однак навіть якщо вдалося сформуванати колектив зі справжніх професіоналів, не слід забувати про те, що персонал потрібно постійно мотивувати. Мотивація співробітників займає одне з центральних місць в управлінні персоналом, оскільки вона виступає безпосередньою причиною їхньої поведінки.

Для визначення мотиваційних засобів, перш за все, необхідно окреслити специфічні риси малого бізнесу. В першу чергу це досить невелика кількість персоналу. Працівникам малого підприємства доводиться виконувати різні