



на обслуговування покупців, на придбання необхідної техніки, навчання персоналу тощо. Розробка збутової політики передбачає прийняття таких маркетингових рішень:

- 1) розробка системи цілей у сфері збуту;
- 2) вибір цільового ринку;
- 3) вибір методів збуту;
- 4) розробка стратегії збуту;
- 5) визначення місця, часу і способу виходу на ринок;
- 6) розробка заходів стимулювання збуту і визначення переліку додаткових послуг.

Збутова діяльність у системі маркетингу на промисловому підприємстві має велике значення, оскільки забезпечує зворотний зв'язок з ринком, надає підприємству інформацію про динаміку та структуру попиту, про зміни у потребах і перевагах покупців [3, с. 54].

Для промислового підприємства основною метою є отримання прибутку шляхом реалізації вироблених товарів. Отримання прибутку можливо тільки в тому випадку, якщо товар задовольняє запити покупця. Для реалізації виробленої продукції необхідно мати інформацію, коли, куди, в якій кількості її необхідно виробити і поставити. Збутова діяльність для підприємства займає чільну роль у підтримці ліквідності і конкурентоспроможності, оскільки вона є показником, який визначає здатність підприємства протистояти і пристосовуватися як до зовнішніх, так і до внутрішніх змін і реалізувати продукцію з найбільшою вигодою.

Правильно організована збутова діяльність спрямована на зниження витрат у ході реалізації товару. При цьому підприємство-виготвіник отримує максимальну кількість прибутку.

За наявності жорсткої конкуренції головне завдання системи збутової діяльності – забезпечити завоювання та збереження організацією частки ринку і домогтися переваги над конкурентами.

Для виживання в ринкових умовах вітчизняні товаровиробники повинні виробляти те, що продається, а не продавати те, що вони виробляють. Головна мета збуту – реалізація економічного інтересу виробника на основі задоволення платоспроможного попиту споживачів. Хоча збут – завершальна стадія господарської діяльності товаровиробника, в ринкових умовах планування збуту передують виробничій стадії і полягає у вивченні кон'юнктури ринку та можливостей підприємства виробляти перспективну продукцію, що користується попитом, а також у складанні планів продажів, на основі яких повинні формуватися плани постачання і виробництва. Грамотно побудована система організації та контролю збуту здатна забезпечити конкурентоспроможність компанії.

Наук. керівн. Салун М. М.

Література: 1. Белінський П. І. Менеджмент виробництва та операцій : підручник / П. І. Белінський ; Чернівецький нац. ун-т ім. Юрія Федьковича. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 623 с. 2. Балабанова Л. В. Коммерческая деятельность : маркетинг и логистика [Текст] : монографія / Л. В. Балабанова, А. Н. Германчук. – Донецк : ДонГУЭТ им. М. Туган-Барановского, 2003. – 231 с. 3. Балабанова Л. В. Маркетинговый аудит системы сбыта [Текст] : монографія / Л. В. Балабанова, А. В. Балабаниц. – Донецк : ДонГУЭТ им. М. Туган-Барановского, 2003. – 189 с.

УДК 005.591.6

Болюра О. В.

Магістр 2 року навчання
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто визначення поняття "інноваційна діяльність підприємства". Виявлено шляхи дослідження змісту інновацій. Запропоновано методи оцінювання рівня інноваційної активності підприємства.

Аннотация. Рассмотрены определения понятия "инновационная деятельность предприятия". Определены пути исследования содержания инноваций. Предложены методы оценивания уровня инновационной активности предприятия.

© Болюра О. В., 2014



Annotation. The definitions of the concept "innovative activity of an enterprise" have been considered. The ways of research into the substance of innovations have been identified. The methods of evaluation of the level of innovative activity of an enterprise are offered.

Ключові слова: нововведення, інновації, ефективність інноваційної діяльності, процес інноваційної діяльності, прибуток.

В умовах розвитку ринкової економіки однією з характерних її рис є посилення конкуренції між підприємствами, які зацікавлені в оновленні продукції за рахунок упровадження у виробництво нововведень, що спроможні підвищити ефективність інноваційної діяльності всього підприємства. Від ступеня її розвитку залежить, на скільки вдало підприємство зможе діяти в різних економічних умовах, виконуючи свої функції. Отже, вирішення проблеми оцінювання ефективності інноваційної діяльності постає досить гостро, особливо в сучасних умовах.

Теоретичні та практичні дослідження інноваційної діяльності підприємства висвітлені в роботах таких вітчизняних та зарубіжних вчених, як: А. Галчинський, А. Гриньов, В. Гриньова, С. Ільєнкова, А. Пригожий, Ф. Валента, В. Савчук та ін.

Дослідженням ефективності інноваційної діяльності займалися такі провідні вчені, як: О. Амоша, М. Альберт, Г. Бірман, А. Гойко, М. Кизим, В. Колпаков, І. Куденко, В. Колот, О. Пальчик, В. Пономаренко, Р. Фатхутдінов, О. Ястремська та ін.

Однак певні теоретичні та науково-практичні проблеми, пов'язані з ефективністю інноваційної діяльності та її оцінюванням, розроблені ще не досить повно.

На думку багатьох учених, дослідження змісту інновацій варто проводити за такими напрямками [1 – 3]: введення нового продукту; введення нового методу виробництва; створення нового ринку; освоєння нового джерела сировини й напівфабрикатів; реорганізація структури управління. Оскільки впровадження інновацій на підприємстві забезпечує не тільки одержання додаткового прибутку, але й призводить до порушення економічної рівноваги, доцільним є визначення умов, за якими дисбаланс згодом усувається, але вже на новому, більш високому рівні розвитку діяльності, що формується під впливом конкуренції.

Існує багато точок зору щодо сутності понять "інновації" та "нововведення". Дослідження економічної літератури щодо теоретичного обґрунтування поняття інновації дозволило з'ясувати, що деякі автори [4; 5] ототожнюють її з новизною або нововведенням, новацією. Використання "інновації" як синоніма "нововведення" притаманне таким вченим-економістам, як: А. Акімов, Г. Гамидов, Р. Миниханов [6 – 9]. Також є думка, що інновація стає нововведенням, починаючи з моменту поширення, тобто інновація є первинною стосовно нововведення [5]. Проте існує і протилежна позиція, згідно з якою не кожне нововведення є інновацією [10].

Згідно з думкою більшості сучасних вчених-економістів [11], це поняття не слід ототожнювати з нововведенням, тому що тільки ті нововведення, які мають позитивний ефект запровадження у будь-якій сфері людського життя, можна вважати інновацією. Такі автори, як А. Пригожий, І. Перлакі ототожнюють відкриття та винахід з інноваціями, бо вони проходять дуже довгий шлях до перетворення в інновацію. Слід зазначити, що існують суттєві розбіжності між цими поняттями:

- відкриття, а також винахід робиться, як правило, на фундаментальному рівні, а інновація проводиться на рівні технологічного порядку;
- відкриття може бути зроблене винахідником-одинаком, а інновація розробляється колективами і втілюється в формі інноваційного проекту;
- відкриття не має на меті отримання вигоди. Інновація завжди ставить за мету отримання будь-якої відчутної вигоди, зокрема більшого притоку грошей, великої суми прибутку, підвищення продуктивності праці і зниження собівартості виробництва за рахунок застосування будь-якого нововведення в техніці та технології;
- відкриття може статися випадково, а інновація завжди є результатом пошуку. Її випадково не проводять, вона вимагає чіткої мети і техніко-економічного обґрунтування [7; 12; 13].

Однак, незважаючи на ці розбіжності у повсякденній практиці, як правило, ототожнюються поняття "новизна", "новація", "інновація". Будь-які винаходи, нові явища, види послуг або методи тільки тоді отримують суспільне визнання, коли будуть прийняті до поширення, і вже в новій якості вони виступають як нововведення.

Згідно із Законом України "Про інноваційну діяльність", інновація – новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоспроможні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери [14].

Відомий норвезький вчений з проблем управління К. Холт підрахував, що до початку 80-х років минулого століття існувало понад 100 визначень поняття "нововведення" [15]. Сам же вчений визначив нововведення як "процес використання знань або відповідної інформації для створення і введення чогось нового та корисного", але мета нововведення – економічна.

У законі України "Про інноваційну діяльність" зазначено, що суб'єктами інноваційної діяльності мають бути фізичні і (або) юридичні особи України, фізичні і (або) юридичні особи іноземних держав, особи без громадянства, об'єднання цих осіб, які проводять в Україні інноваційну діяльність і (або) залучають майнові та інтелектуальні цінності в реалізацію інноваційних проектів.

Метою інноваційної діяльності можна вважати випуск на ринок нових конкурентоспроможних товарів та послуг, які задовольняють потребам суспільства [16].

Цілі інноваційної діяльності запропоновані Н. Чухрай [16]:

1. Освоєння нових продуктів чи послуг, які обумовлені технічними змінами.
2. Освоєння нових продуктів чи послуг, які необхідні для досягнення маркетингових цілей.
3. Удосконалення продукції, обумовлене одночасними вимогами.
4. Упровадження нових технологій чи вдосконалення існуючих технологій процесу для досягнення маркетингових цілей.
5. Упровадження інновацій і вдосконалень у всіх основних видах діяльності на підприємстві – в трудових відносинах і діловодстві, в розробці продукції чи в бухгалтерській звітності тощо.

Основні риси інноваційної діяльності:

1. Наявність взаємозв'язку з науковими дослідженнями, на результати яких спираються керівники інноваційної діяльності на підприємстві.
2. За допомогою інноваційної діяльності на підприємствах видобуваються динамічні перетворення, особливо у сфері виробництва та маркетингу.
3. Здійснення впливу на суспільну свідомість, який зумовлює задоволення різноманітних потреб. Також інноваційна діяльність сприяє появі нових потреб.

Закон України "Про інноваційну діяльність" – це діяльність, що спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоспроможних товарів та послуг.

Близнюк Т. П. [17] надає таке визначення інноваційній діяльності – це складна динамічна система заходів із використання результатів закінчених науково-технологічних досліджень, організаційно-економічних розробок або інших науково-технічних досягнень, яка функціонує під впливом факторів середовища всіх рівнів (зовнішнього та внутрішнього) з метою задоволення мінливого індивідуального попиту і потреб суспільства в цілому в конкуренції продукції (товарах, роботах, послугах).

Васильєва Л. М. [18] визначає інноваційну діяльність як діяльність зі створення та доведення науково-технічних ідей, винаходів, розробок до результату, придатного для практичного використання і розповсюдження.

Такі автори, як: В. Василенко, Т. Майорова, О. Святоцький вважають, що інноваційна діяльність – це діяльність, спрямована на використання й комерціалізацію результатів наукових досліджень і розробок для покращення якості продукції, що випускається (товарів, послуг), удосконалення технології їхнього виготовлення з подальшим упровадженням й ефективною реалізацією на внутрішньому та зовнішньому ринках [2].

Інші автори, серед яких можна виділити Д. Черваньова, Н. Краснокутську, Р. Фатхутдінова, вважають, що інноваційна діяльність – це комплексний процес, який охоплює такі види роботи, як пошук ідей, ліцензій, патентів, кадрів, організацію дослідницької роботи, інженерно-технічну діяльність, яка об'єднує винахідництво, раціоналізацію, конструювання, створення інженерно-технічних об'єктів, інформаційну та маркетингову діяльність [19].

Федоренко В. Г. вважає, що інноваційну діяльність слід розглядати як комплекс практичних дій, спрямованих на використання науково-технічних результатів для отримання нових, або поліпшення існуючих виробів, технологій, методів управління та ін.

Дослідження та аналіз наведених визначень дозволяє зробити висновок, що ключовими словами є "діяльність", "процес", "система" та "комплекс". Саме за допомогою цих категорій економісти надають визначення інноваційній діяльності.

Отже, інноваційна діяльність – це діяльність, спрямована на створення нового чи вдосконаленого продукту (товару, послуги) з метою підвищення ефективності функціонування підприємства.

Особливість інноваційної діяльності полягає в тому, що вона є діяльністю підвищеного ризику порівняно зі звичайним підприємництвом (що також здійснюється на власний ризик). Цей підвищений ризик зумовлений новизною, творчим характером науково-технічної роботи, можливістю одержання як позитивного, так і негативного результату, тому більша частина підприємців не бажають займатися інноваціями.

Безумовно, ніхто не може дати гарантії, що інвестиції в нові продукти чи технології принесуть гідну віддачу, особливо за умов нестабільного ринку. Але методи, які дозволяють збільшити вірогідність успіху, все ж таки існують.

Ефективне управління інноваційною діяльністю передбачає здійснення таких основних кроків [16]:

- визначення найбільш ризикованих напрямів діяльності підприємства;
- використання різноманітних джерел новаторських ідей;
- визначення кількісних цілей, на досягнення яких спрямований інноваційний проект;
- визначення основних етапів роботи з реалізації інноваційного проекту, при цьому перехід до наступного етапу є неможливим, доки не закінчений попередній.

Дотримання цих ключових правил управління інноваціями допоможе забезпечити досягнення успіху та зменшити рівень ризику.

Методичний підхід до оцінювання інноваційної діяльності підприємства повинен ґрунтуватися на таких принципах: визначення високого рівня інноваційного потенціалу як необхідної, але недостатньої умови для забезпечення максимальної інноваційної активності підприємства; розгляд інноваційного потенціалу не лише як основи, "опорної бази" для формування майбутньої стратегії підприємства, але й як продукту стратегічного управління, результату реалізації чинної стратегії; розмежування функцій оперативного управління та управління стратегічним розвитком організації з окремою оцінкою кожної складової.

Узагальнюючи існуючі підходи до оцінки інноваційного потенціалу і зважаючи на необхідність врахування впливу чинників зовнішнього середовища, під час аналізу стану інноваційного потенціалу



підприємства варто виокремлювати дві основні складові ресурсу, що включають всі ресурси, які є джерелами забезпечення інноваційної діяльності та визначають спроможність системи до її здійснення; процедурну, яка, з одного боку, включає внутрішні чинники, які є стимуляторами інноваційних змін, а з іншого – визначає здатність організації адаптуватися до чинників зовнішнього середовища, які можуть створювати як сприятливі, так і несприятливі умови для використання наявних у розпорядженні підприємства інноваційних ресурсів.

Виокремлення та оцінювання у структурі інноваційного потенціалу складової зовнішніх умов (інтерфейсної складової) дозволяє подолати один із найсуттєвіших недоліків більшості існуючих методик (завищення власних інноваційних можливостей через недооцінку зовнішніх загроз) та дозволяє у ході визначення рівня інноваційної активності не здійснювати окремих аналіз зовнішнього середовища організації, виходячи з того, що оцінювання чинників, які безпосередньо впливають на інтенсивність інноваційної діяльності підприємства, врахована у комплексному показникові інноваційного потенціалу підприємства.

Проаналізувавши деякі літературні джерела [16], було складено схему, яка відображає послідовність оцінювання ефективності інноваційної діяльності підприємства. Схема подана на рисунку.



Рис. Схема оцінювання рівня інноваційної активності підприємства

Аналіз стану інноваційного потенціалу підприємства дозволяє виявити "вузькі місця", які стримують досягнення стратегічних цілей підприємства. Але отриманий у результаті такого оцінювання показник інноваційного потенціалу підприємства не може бути використаний як індикатор рівня інноваційної активності підприємства, оскільки він характеризує лише спроможність менеджменту досягати короткострокових інноваційних завдань через ефективне використання наявних в організації інноваційних ресурсів.

Інноваційна активність підприємства є відображенням здатності керівництва до планування й успішного впровадження змін стратегічного характеру, спрямованих на постійний розвиток інноваційних можливостей з метою прогнозування та формування нових потреб і засобів їх задоволення і, як наслідок, підвищення економічної та соціальної ефективності діяльності підприємства.

Таким чином, ефективність інноваційної стратегії повинна розглядатися як окремий чинник впливу на рівень інноваційної активності підприємства та ефективність його загальної стратегії.

Запропонована методика оцінки рівня інноваційної активності підприємства може розглядатися як метод стратегічного аналізу, що дозволяє:

- оцінити обсяг і характер ресурсного потенціалу підприємства, його достатність для реалізації цілей інноваційного розвитку та обґрунтувати напрями підвищення;
- визначити склад чинників внутрішнього та зовнішнього середовища організації, які безпосередньо впливають на величину і рівень використання інноваційного потенціалу підприємства, та оцінити напрям і ступінь цього впливу;
- оцінити компетентність управлінського персоналу, його спроможність забезпечити стійкість функціонування підприємства як у короткостроковому, так і в довгостроковому періоді.

Отже, результати аналізу інноваційної активності підприємства можуть бути покладені в основу розробки відповідної інноваційної стратегії, яка, з одного боку, ґрунтується на вже визначеній загальній стратегії організації, а з іншого – через наявні зворотні зв'язки робить можливою зміну напрямку загальної стратегії розвитку підприємства в цілому.

Наук. керівн. Бутенко Д. С.

Література: 1. Основи інвестиційно-інноваційної діяльності : навч. посіб. / за науковою редакцією В. Г. Федоренка. – К. : Алеута, 2004. – 431 с. 2. Василенко В. О. Інноваційний менеджмент : навч. посіб. / В. О. Василенко, В. Г. Шматко. – К. : Фенікс, 2003. – 440 с. 3. Инновационный менеджмент : учебник / под ред. С. Д. Ильенковой. – М. : Юнити, 1997. – 258 с. 4. Гвишиани Д. М. Теоретические исследования инновационных процессов и формирование инновационной политики: Инновационная политика развитых стран / Д. М. Гришиани, В. И. Громка. – М. : Знание, 1990. – 992 с. 5. Перлаки И. Нововведения в организациях / И. Перлаки ; пер. со слов. ; под научной ред. И. Лапина. – М. : Экономика, 1981. – 144 с. 6. Акимов А. А. Системологические основы инноватики / А. А. Акимов, Г. С. Гамидов, В. Г. Колосов. – СПб. : Политехника, 2002. – 596 с. 7. Економіка і організація інноваційної діяльності : наукове видання / за ред. А. М. Стельмащука. – Тернопіль : Економічна думка, 2001. – 176 с. 8. Инновационный менеджмент в АКП / Р. Н. Миниханов, В. В. Алексеев, Д. И. Файзрахманов и др. – М. : Изд-во МСХА, 2003. – 432 с. 9. Лепейко Т. І. Інноваційний менеджмент : навч. посіб. / Т. І. Лепейко, В. О. Коюда, С. В. Лукашов та ін. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2005. – 440 с. 10. Бажан Ю. М. Економічна теорія технологічних змін : навч. посіб. / Ю. М. Бажан. – К. : Заповіт, 1996. – 238 с. 11. Гриньов А. В. Інноваційний розвиток промислових підприємств: концепція, методологія, стратегічне управління / А. В. Гриньов. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2003. – 308 с. 12. Авсянников Н. М. Инновационный менеджмент : учеб. пособ. / Н. М. Авсянников. – М. : Изд-во РУДН, 2002. – 175 с. 13. Коюда В. О. Інноваційна діяльність в Україні / В. О. Коюда, В. Ф. Колесніченко // Фінанси України – 2002. – № 10. – С. 99–103. 14. Про інноваційну діяльність : Закон України від 04. 07. 2002 р. № 40-IV // Урядовий кур'єр. – 2001. – № 143. – С. 5–11. 15. Holt K. The Management of Produkt innovations / K. Holt. – Batterford, 1983. 16. Гриньова В. М. Оцінка результативності інноваційної діяльності підприємства : монографія / В. М. Гриньова, Д. С. Бутенко. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2012. – 248 с. 17. Близнюк Т. П. Вплив циклічності розвитку економіки на інноваційну діяльність підприємства : монографія / Т. П. Близнюк. – Х. : ФОП Александрова К. М., 2008. – 352 с. 18. Васильева Л. М. Методы управления инновационной деятельностью / Л. Н. Васильева, Е. А. Муравьева. – М. : КНОРУС, 2005. – 320 с. 19. Фатхутдинов Р. А. Инновационный менеджмент : учебник для вузов / Р. А. Фатхутдинов. – М. : ЗАО Бизнес-школа "Интеллект-синтез", 1998. – 600 с.

УДК 331.522.4:316.324.8

Власенко Ю. А.

Магістр 2 року навчання
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ ім. С. Кузнеця

ЗНАЧЕННЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розкрито значення трудового потенціалу для підприємства. Обґрунтовано передумови та виділено основні групи його використання. Визначено напрями оптимізації трудового потенціалу за критерієм ефективності результатів.

Аннотация. Раскрыто значение трудового потенциала на предприятии. Обоснованы предпосылки и выделены основные группы его использования. Определены направления оптимизации трудового потенциала по критерию эффективности результатов.

Annotation. The article deals with the employment potential value for a company. The background and the main groups using it have been described. Ways for the employment potential optimization based on the performance criterion have been identified.

Ключові слова: трудовий потенціал, персонал, підприємство, працівник.

На сьогоднішній день трудовий потенціал є один із основних факторів продуктивної роботи підприємства. Він є визначальним у підвищенні ефективності господарювання підприємства та одержання конкурентної переваги на ринку товарів та послуг. Тому для ефективної діяльності ПАТ "Харківський машинобудівний завод "Червоний Жовтень" має приділяти увагу розвитку та формуванню трудового потенціалу [1].