

УДК 330.341

М.С.Молодоженя,

Київський національний торговельно-економічний університет,
м. Київ

КРИТЕРІЇ, ЩО ВИЗНАЧАЮТЬ РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

У статті визначена необхідність управління результативністю інноваційної діяльності підприємств торгівлі. Запропоновано комплексний підхід до визначення критеріїв результативності інноваційної діяльності підприємств торгівлі. Використання зазначених критеріїв може бути рекомендовано підприємствам торгівлі як важелі підвищення конкурентоспроможності.

В статье определена необходимость управления результативностью инновационной деятельности предприятий торговли. Предложен комплексный подход к определению критериев результативности инновационной деятельности предприятий торговли. Использование отмеченных критериев может быть рекомендовано предприятиям торговли как рычаги повышения конкурентоспособности.

The article discloses actuality and necessity of management of effectiveness of innovation activities in trade companies. It proposes a comprehensive scientific approach to development of conceptual foundation of methodology of management of effectiveness of innovation activities. The conceptual foundations disclosed in the article can be recommended for usage is trade companies as a leverage of increasing their competitiveness.

Ключові слова: інноваційна діяльність; результативність; критерії, що визначають результативність інноваційної діяльності.

Інноваційна діяльність є і залишається одним з найважливіших компонентів, що забезпечують економічне зростання держави. Досягати конкурентних переваг, стати лідером на ринку, найкращим чином задовольняти потреби споживачів можливо тільки шляхом обґрунтованого вибору напряму інноваційної діяльності та досягнення її результативності.

Проблема управління результативністю інноваційної діяльності полягає у складності вибору доцільних критеріїв її оцінки. Запорукою успіху в цій діяльності виступає охоплення широкого кола чинників, що формують результат інноваційної діяльності.

Аналіз публікацій свідчить, що джерела, в яких розглядаються методичні аспекти оцінки результативності інноваційної діяльності, пропонують загальні критерії, не розкриваючи їх особливості та не враховуючи специфіку галузі торгівлі.

У науковій літературі ці питання розглядають багато зарубіжних фахівців, зокрема П.Друкер, Ю.Морозов, та українських Н.Чухрай, А.Ілляшенко, Ю.Бажал, Н.Поліщук [2, 4, 6, 7]. Проте проблема чіткого відбору критеріїв, що визначають результативність інноваційної діяльності, є недостатньо дослідженою.

В основі наукових розробок вимірювання результативності інноваційної діяльності, що належать до здобутків американської економічної школи [3], використовується багатокритеріальний метод, що називається матриця цілей, і вже протягом 30 років широко застосовується на підприємствах різних галузей.

Багатокритеріальний метод вимірювання результативності дає можливість виконувати порівняльний аналіз зміни показників результативності кожного з об'єктів аналізу у часі, а також здійснювати порівняння результативності об'єктів між собою незалежно від комплексів оціночних показників, що визначають кожен з них.

Сучасні економісти пострадянського простору пропонують власні здобутки у напрямку оцінки результативності інноваційної діяльності.

Український економіст Ю.Бажал рекомендує використовувати такі критерії оцінки інноваційної діяльності [2]: параметри наукомісткості; параметри конкурентоспроможності; параметри експорتابельності продукції; параметри оновлення продукції; параметри техніко-економічного рівня продукції; параметри якості продукції, які найімовірніше можна визначити через характеристики сертифікації продукції.

Український економіст Н.В.Поліщук пропонує для регулювання результатів діяльності підприємства поділяти показники, що формуються з внутрішніх джерел, на три групи [6].

До першої групи належать показники фінансової звітності. До другої групи показників, що характеризують результативність діяльності підприємства, зараховуються дані, отримані з внутрішніх джерел, у порядку управлінського обліку. Третю групу показників формує нормативно-довідкова інформація.

Головною перевагою цих показників є їх уніфікованість, тому що вони будуються на загальноприйнятих принципах обліку, дають можливість їх порівняння з аналогічними показниками інших підприємств, мають чітку регулярність формування у визначені нормативні терміни та достатньо високий рівень надійності. Проте такі показники демонструють ситуацію по підприємству в цілому і не можуть бути використані для управління в окремих сферах діяльності та центрах відповідальності, характеризуються низькою періодичністю подання, відображають лише вартісні показники, що є недостатнім для якісного аналізу змін.

На думку автора, такі підходи можуть бути цілком пристосовані до завдань інноваційної діяльності підприємств торгівлі шляхом підбору та адаптації головних критеріїв за цим напрямом діяльності.

Мета статті – розробка науково-методичних рекомендацій щодо вибору критеріїв, що визначають результативність інноваційної діяльності у галузі торгівлі.

Отже, для цілеспрямованого управління результативністю необхідно визначити критерії результативності інноваційної діяльності підприємства – ті вимірювачі, за якими буде здійснюватись оцінка результатів системи та ступінь досягнення визначеної цілі.

Результати діяльності підприємства оцінюються, в основному, на базі

показників двох типів – виручки від реалізації продукції (робіт, послуг), яка вимірює результат основної діяльності, та прибутку, що є фінансовим результатом діяльності підприємства. Проте велика кількість підприємств різних форм господарювання, що демонструють у офіційній статистиці збитковість, та нерозвиненість статистичної звітності щодо інноваційної діяльності ускладнює використання традиційних методів і спричиняє необхідність розробки нових критеріїв. Отже, критерій результативності інноваційної діяльності підприємства торгівлі повинен демонструвати результат інноваційного процесу; характеризувати ефективність використання інноваційного потенціалу та ступінь досягнення поставлених завдань.

При відборі критеріїв результативності інноваційної діяльності необхідно враховувати такі фактори:

• частина вихідної інформації, що використовується в процесі розробки рішення, має невизначений імовірнісний характер;

• внаслідок потенційної можливості розбіжностей очікуваних і фактичних умов функціонування може виникнути необхідність коректування певних параметрів рішення;

• коректування певних параметрів рішення може бути здійснене за допомогою маневрування ресурсами, процесами;

• ступінь впливу і різноманіття можливого управління зонами ризику мають відповідати діапазону внутрішніх та зовнішніх чинників;

• економічне маневрування є одним з основних заходів підвищення надійності реалізації рішень;

• за інших рівних умов ефективність передбаченого економічного маневру вище, ніж непередбаченого.

Управління результативністю інноваційної діяльності підприємств торгівлі здійснюється за допомогою множини функціональних показників, що може бути виражена сукупним набором критеріїв, які забезпечують досягнення загальної результативності інноваційної діяльності.

Відповідно до сказаного вище, кортеж функціональних показників оцінки результативності інноваційної діяльності торговельного підприємства має вигляд:

$$K = \langle C, R, M, B, F, V, P \rangle, \quad (1)$$

де C – рівень задоволеності потреб споживачів;

R – рівень розвитку ресурсної бази;

M – рівень інноваційного менеджменту торговельного підприємства;

B – рівень інформаційної безпеки інновацій;

F – рівень фінансового результату інноваційної діяльності торговельного підприємства;

V – рівень задоволеності інтересів власників торговельного підприємства;

P - рівень задоволеності інтересів персоналу підприємства.

Аналогічно до підходу, запропонованого в дослідженні [5], множина функціональних показників може бути виражена сукупним набором критеріїв, які забезпечують досягнення загальної результативності інноваційної діяльності.

Інновації торговельного підприємства мають задовольняти потреби споживацького сегмента ринку, відповідно до чого у ролі одного з функціональних показників треба вважати рівень задоволення потреб споживачів.

Інноваційні рішення торговельного підприємства повинні підвищувати його ресурсні можливості та покращувати ступінь забезпечення підприємства основними видами ресурсів. Отже, рівень розвитку ресурсної бази також варто враховувати як функціональний показник результативності інноваційної діяльності підприємства.

Уся множина інноваційних впроваджень у торговельну діяльність має бути певним чином керована за допомогою системи інноваційного менеджменту торговельного підприємства. Тому при визначенні загальної результативності інноваційної діяльності слід звертати увагу на рівень інноваційного менеджменту торговельного підприємства.

Ті чи інші інновації, а також інформація про них мають бути захищені від несанкціонованого доступу та використання іншими суб'єктами ринку, що вимагає необхідності включати рівень інформаційної безпеки інновацій у розрахунок загального рівня результативності інноваційної діяльності торговельного підприємства.

Оскільки ключовим показником діяльності торговельного підприємства є чистий прибуток, одним з головних критеріїв результативності інновацій має виступати рівень фінансових результатів інноваційної діяльності.

Втілення інновацій повинно задовольняти як власників торговельного підприємства, так і його персонал. Тому критеріями результативності інноваційної діяльності підприємства мають виступати рівень задоволення інтересів персоналу та рівень задоволення інтересів власників торговельного підприємства.

Виходячи з вищезазначеного автором, у табл. 1 згруповано критерії, що визначають інноваційну діяльність підприємств торгівлі.

Запропоновані критерії виступають основою для подальшої побудови системи показників оцінки результативності інноваційної діяльності підприємств торгівлі, завданням якої є створення системи, що забезпечує позитивний результат інноваційного розвитку всіх її елементів у взаємозв'язку з оптимальним використанням потенційних можливостей та інноваційних ресурсів (інноваційного потенціалу) підприємства.

Отже, інноваційна діяльність набуває пріоритетного значення в економічній політиці підприємства. Для обґрунтованого впливу на її

здійснення необхідно використовувати набір критеріїв, що враховує поряд з фінансово-економічними і ті, що важко формалізувати.

Таблиця 1

Критерії, що визначають результативність інноваційної діяльності підприємств торгівлі

Критерій	Позначення	Сутність критерію
1. Оцінка результативності інноваційної діяльності торговельних підприємств за критерієм досягнення завдань споживачів.	С	Характеризується рівнем задоволення потреб споживачів, що відповідає головним завданням галузі торгівлі і забезпечується шляхом відповідності товарного асортименту побажанням споживачів.
2. Оцінка результативності інноваційної діяльності торговельних підприємств за критерієм розвитку ресурсного потенціалу.	R	Інноваційні рішення підприємства повинні не тільки бути забезпечені наявними ресурсами, але покращувати якість їх використання і забезпечувати нові можливості.
3. Оцінка результативності інноваційної діяльності торговельних підприємств за критерієм досягнення цілей інноваційного менеджменту.	M	Характеризує ступінь проникнення інноваційних рішень у всі сфери управління підприємством.
4. Оцінка результативності інноваційної діяльності торговельних підприємств за критерієм забезпечення інформаційної безпеки підприємства.	B	Відображує рівень захисту та ступінь надійності каналів передачі інформації у поєднанні з мірою адаптації до змін зовнішнього середовища.
5. Оцінка результативності інноваційної діяльності торговельних підприємств за критерієм досягнення бажаного рівня фінансових результатів.	F	Характеризується досягненням очікуваного рівня фінансового результату від здійснення інноваційної діяльності.
6. Оцінка результативності інноваційної діяльності підприємств за критерієм досягнення завдань власників.	V	Визначається уявленням власників щодо втілення інновацій завдяки економічному та психологічному ефектам.
7. Оцінка результативності інноваційної діяльності підприємств за критерієм досягнення завдань персоналу.	P	Характеризується рівнем мотивації працівників та станом морально-психологічного клімату в колективі.

Подальшим етапом досліджень має стати застосування перелічених критеріїв на українських підприємствах торгівлі (з урахуванням специфічних відмінностей, пов'язаних з організаційними, господарськими, соціальними особливостями) для формування та адаптації комплексу специфічних показників, що найкращим чином характеризують результативність інноваційної діяльності.

Список використаних джерел:

1. Закон України "Про інноваційну діяльність" Відомості Верховної Ради України. — 2002. — №36. — С.882-892.
2. Бажал Ю.М. Економіка інноваційних процесів // Вісник Інституту економічного прогнозування. — 2002. - №1. - С. 3-17.
3. Друкер П.Ф. Управление, нацеленное на результаты: Пер. с англ. - М.: Прогресс, 1992. - 199 с.
4. Ілляшенко С. М. Управління інноваційним розвитком: проблеми, концепції, методи. Навчальний посібник. — Суми: ВТД "Університетська книга", 2003. — 280 с.
5. Кавун С.В. Концептуальна модель системи економічної безпеки підприємства // Економіка розвитку. — 2007. - № 3(43). — С.97-101
6. Поліщук Н.В. Планування результативності діяльності підприємства\\Фінанси України. - 2001.- №4.- С.39-44.
7. Чухрай Н. І. Формування інноваційного потенціалу підприємства: маркетингове і логістичне забезпечення. Монографія. - Львів: Вид-во НУ "Львівська політехніка", 2002 - 315 с.