

УДК 65.01

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ ЯК ОСНОВА ВИПУСКУ ЯКІСНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Чеботарьов В.М.
ПП "Абсолют –Л"

В статье исследована сущность и рассмотрены вопросы инновационного развития предприятий для обеспечения выпуска качественной продукции.

Ключевые слова: инновация, качество, продукция, предприятие.

The essence and the questions of innovative development of enterprises for providing of high-quality products release of enterprises are considered.

Key words: innovation, quality, products, enterprise.

Постановка проблеми. У цей час в Україні найбільш актуальним є питання переходу економіки країни на інноваційний шлях розвитку, що є запорукою випуску якісної продукції, що є необхідністю в умовах приєднання України до СОТ. Однією з передумов до цього є те, що ресурсорієнтований тип національної економіки не здатний досягти бажаних темпів росту без шкоди для соціальної й екологічної обстановки України, не має можливості забезпечення якості продукції підприємств. Сучасна хвиля глобальних економічних, технологічних і соціальних змін визначає стан, в якому знаходяться підприємства, і варто зазначити, що підприємства не зможуть вижити в сучасній економіці лише за рахунок технологічних інновацій, тому, що не зможуть випускати якісну продукцію, ефективно розвиватись без інновацій в інших сферах. Інновації в області створення нових моделей управління, оптимізації процесів і організаційних перетворень є основною умовою випуску якісної продукції для забезпечення конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах. Вони створюють гнучкі підприємства, які максимально адаптовані до розвитку технологічних інновацій і впровадження винаходів.

Аналіз досліджень і публікацій. Активну роботу в області теорії економіки і управління інноваційним розвитком ведуть Г.Я. Гольдштейн, П.Н. Завлина, А.К. Казанцева, Л.Е. Миндели, А.К. Поршнев [1, 2, 8]. Проблеми економіки і управління інноваційним розвитком розглядають в своїх роботах і зарубіжні фахівці, зокрема М. Кастельс [5]. Розвитку інноваційної діяльності присвячені роботи С.Д. Ільєнкова, Л.М. Гохберга, С.Ю. Ягудкіна, Ю.А. Кармишева, В.Г. Мединського, С.В. Ільдеменова, Е.А. Уткіна, Г.І. Морозова, Н.І. Морозова, Р.А. Фатхутдинова [3, 4, 6-10]. Дослідження питань організації інноваційної діяльності показало, що теорія і методологія управління інноваційно-орієнтованим розвитком не одержали вичерпної наукової інтерпретації щодо забезпечення якості продукції підприємств.

Мета статті – висвітлення питань розвитку інноваційної діяльності підприємств для забезпечення якості продукції.

Основний матеріал досліджень. Розвиток економіки країни й її підприємств цілком залежить від рівня виробництва і споживання продукції та послуг. Попит на продукцію підприємств залежить від її якості, незалежно від сфери діяльності підприємства: виробництво або освіта. Тільки високоякісні продукти та послуги можуть забезпечити конкурентоспроможність підприємства і його розвиток на ринку товарів та послуг.

Якістю називають сукупність властивостей, якими повинні володіти вироби для відповідності своєму призначенню. Управління якістю продукції передбачає наявність і вдосконалення методів рішень у сфері розробки і проектування, технології виробництва, метрологічного забезпечення, організації виробництва й експлуатації продукції. Якість продукції має найбільше значення для споживачів, розвитку бізнесу, національної економіки.

Практичний досвід бізнесу свідчить, що якість є основним чинником успіху реалізації товару за вигідною ціною. Тому оволодіння методами підвищення якості, що базуються на тріаді – стандартизація, метрологія, сертифікація, є однією з головних умов виходу виробника на ринок з конкурентоспроможною продукцією. Виробник, прагнучи підняти репутацію торгової марки, перемогти в конкурентній боротьбі, вийти на світовий ринок, зацікавлений у виконанні як обов'язкових, так і дорадчих вимог різних стандартів. У цьому значенні стандартизація є частиною сучасної підприємницької стратегії.

В умовах ринкової економіки, коли споживач має великий вибір товарів і послуг, першорядне значення для споживача має якість товару, що є на ринку. Саме якість товарів визначає популярність і

значущість товару, є індикатором споживання товару, при чому, вартість товару поступово приймає другорядне значення. Об'єм суспільних потреб постійно розширюється. Задоволення потреб, що розширюються, викликає збільшення витрат і вимагає сучасного підходу до рішення проблеми підвищення якості продукції. Складність в підвищенні якості обумовлюється зростанням ускладнення технічних систем і недостатньою інформацією про якість продукції в світі.

Необхідність забезпечення якості продукції визначається наступними найважливішими обставинами:

- розвиваються ринкові відносини, основу яких складає використання економічних стимулів і важелів у прямій залежності від якості продукції та ступеня задоволення потреби населення у високоякісних видах продукції;
- значно посилюються взаємозв'язки між економічною та технічною сторонами якості;
- здійснюється поступова перебудова державної системи стандартизації;
- підвищується рівень конкуренції на національному та міжнародних ринках;
- широко розповсюджується впровадження міжнародних стандартів ІСО серії 9000 за системами забезпечення якості як необхідна умова проведення сертифікації вітчизняної продукції та підвищення її конкурентоспроможності на світовому ринку.

Якість розглядається як ступінь відповідності властивих характеристик певного предмету встановленим вимогам. Під якістю продукції розуміється сукупність властивостей продукції, які обумовлюють її придатність задовольняти певні потреби відповідно до її призначення. Міжнародна організація з стандартизації визначає якість (стандарт ІСО-8402) як сукупність властивостей і характеристик продукції або послуги, які додають їм здатність задовольняти обумовлені або передбачувані потреби. Цей стандарт ввів такі поняття, як "забезпечення якості", "управління якістю", "спіраль якості". Вимоги до якості на міжнародному рівні визначені стандартами ІСО серії 9000.

Основною світовою тенденцією формування сучасного суспільства є перехід від сировинної й індустріальної економіки до економіки, що базується на інтелектуальних ресурсах, наукомістких й інформаційних технологіях, спрямований на забезпечення принципово нового рівня якості продукції.

Економіка найбільш розвинених країн, усе більше орієнтована на інновації, формує таку систему взаємин між наукою, промисловістю й суспільством, при якій інновації є основою розвитку промисловості й суспільства, а ті у свою чергу, стимулюють розвиток інновацій і визначають їх напрям й тим самим найважливіші напрями наукової діяльності. Отже, спільними зусиллями держави, підприємницького й наукового середовища й суспільства в цілому можливо побудувати механізм інноваційного розвитку країни.

Для розкриття сутності соціально-економічного процесу "інноваційний розвиток" необхідно виявити низку принципів його організації, що відображають необхідні для його здійснення умови; визначальну важливість людського чинника в інноваційному процесі.

Процес інноваційного розвитку може ефективно протікати тільки в певних умовах, створених інноваційним середовищем. Інноваційне середовище є передумовою формування діючої інноваційної системи регіону. Тому необхідно більш докладно розглянути сутність даної категорії.

Поняття "інноваційне середовище регіону" з'явилося на початку 80-х років як спосіб аналізу системних умов, надаваних економічним суб'єктам для виробництва нових ідей, продуктів, створення нових виробництв і розвитку нових ринків [5]. За умов інтенсивного типу інноваційне зростання регіону досягається шляхом якісного вдосконалення всієї системи продуктивних сил, інноваційних чинників виробництва, для збільшення масштабів випуску продукції. До інтенсивних чинників інноваційного зростання регіону відносять:

- прискорення науково-технічного прогресу;
- підвищення кваліфікації робітників;
- поліпшення використання коштів інноваційного призначення;
- підвищення ефективності інноваційної діяльності за рахунок кращої її організації.

Аналіз чинників інноваційного зростання інтенсивного типу розвитку підтверджує близькість з основними характеристиками інноваційного типу. Тому простежити точну межу між ними дуже важко. Інноваційний тип розвитку економіки має ґрунтуватися на чинниках інтенсивного зростання і бути його логічним продовженням. Пріоритетним напрямом розвитку економіки держави є активізація інноваційної діяльності в базових наукоємних галузях народного господарства, причому фактори виробництва та інвестиції слід вважати засобами науково обґрунтованої інноваційної діяльності, а не її метою.

Головною перевагою інноваційної діяльності є орієнтація на творчі здібності людей, їх інтелектуальний капітал. При цьому забезпечується економічне зростання без пропорційного збільшення сировинних ресурсів, відбувається формування нетрадиційної структури інвестування, стає вигідним

вкладання капіталу в підвищення творчого потенціалу людської особистості. Таким чином, продукується самоорганізуючий механізм, який дозволяє здійснювати інвестиції, що стимулюють економічне зростання

Тобто виникає необхідність визнання третього типу економічного розвитку – інноваційного, якому притаманний динамізм на відміну від статичного екстенсивного зростання.

Таким чином, усю сукупність процесів, які пов'язані з діяльністю підприємств різних галузей народного господарства, умовно можна поділити на дві групи: традиційні та інноваційні. Традиційні процеси відображають функціонування народного господарства, його галузей і підприємств за звичайними схемами, а інноваційні – розвиток останніх на якісно новому рівні. Протягом достатньо тривалого періоду, коли економіка функціонувала й розвивалася за рахунок екстенсивних чинників, у виробництві домінували традиційні еволюційні процеси. Оскільки екстенсивні чинники практично вичерпали себе або стали економічно не вигідними, розвиток та інтенсифікація сучасного виробництва повинні базуватися на принципово нових рішеннях, технологіях, організаційних формах і методах господарювання.

Управління інноваційними процесами нерозривно пов'язане з рішенням стратегічних пріоритетів. Стратегія нововведень спрямована на об'єднання науково-технічної й інвестиційної політики, за допомогою якої створюються нові або поліпшені продукти й технології. Стратегічне управління інноваціями має справу із процесами передбачення змін в економічній ситуації й орієнтовано на досягнення майбутніх результатів безпосередньо через створення й освоєння нововведень.

Проблема формування конкурентоспроможних стратегічно орієнтованих систем і механізмів управління спочатку визначається моделлю конкуренції. Не дивлячись на те, що кожний ринок має свої унікальні характеристики і особливі умови, можна встановити загальні концептуальні підходи до конкуренції. Необхідно виходити з того, що конкуренція – динамічний і процес, що розвивається. Як затверджував [4], в конкуренції немає рівноваги – це безперервно змінний ландшафт, на якому з'являються нові товари, нові шляхи маркетингу, нові виробничі процеси і нові ринкові сегменти. Суть конкуренції концептуально визначає її інтенсивність і складові суперництва в зоні конкуренції:

- Ї суперництво між продавцями усередині галузі;
- Ї спроби компаній з інших галузей завоювати покупців своїми товарами-субститутами;
- Ї можливість появи нових конкурентів усередині галузі;
- Ї здатність постачальників сировини і деталей, що використовуються організацією, диктувати свої умови;
- Ї здатність споживачів продукції організації диктувати свої умови.

Вивчення сильних і слабких сторін конкурентів дозволяє керівництву підприємства бути не тільки готовим до потенційних загроз, але і використовувати свої переваги. Ситуація в галузі і умови конкуренції в ній в широкому значенні відносяться до макросередовища підприємства, аналіз ситуації в самій компанії припускає вивчення її мікросередовища. Дослідження мікро- і макросередовища підприємства, вивчення можливостей, загроз, сильних і слабких сторін необхідно для визначення менеджером його місця і цілей, формування стратегії, направленої на посилення конкурентних переваг підприємства. Для проведення подібних досліджень використовують різні аналітичні інструменти: SWOT-аналіз, аналіз ланцюжка цінностей, аналіз витрат і оцінку конкурентоспроможності. Ці інструменти стратегічного аналізу дозволяють виявити конкурентну перевагу підприємства, показують, наскільки стійке його положення на ринку і чи потрібне коректування стратегії.

В умовах глибокої кризи власні кошти підприємств і кредитні ресурси в інновації вкрай обмежені. У цей період роль держави в розвиток інноваційних процесів повинна підсилюватися. Держава за допомогою бюджетних вкладень і шляхом надання економічних і податкових пільг підтримує інноваційну активність. У період підйому й стабільного функціонування реального сектору масштаби державної підтримки інноваційної діяльності скорочуються.

В активізації інноваційної діяльності важлива роль приділяється інноваційному маркетингу, пов'язаному з вивченням ринку, управлінням і регулюванням виробництва й збуту інноваційного продукту (або інноваційних технологій). Відповідно до конкретної маркетингової стратегії будується цінова політика підприємства на інноваційну продукцію. На її ціноутворення роблять численні фактори (тип ринку, стратегія підприємства, пропозиція та попит, рівень доходів покупця, державні регулятори й т.п.).

Висновок. Значення якості продукції полягає в тому, що тільки якісна продукція відкриває експортну дорогу на міжнародні ринки та забезпечує конкурентні переваги підприємству на ринках. Велику роль в забезпеченні якості продукції українських виробників й її успішної конкуренції на світових ринках покликано зіграти спеціальні конкурси.

На сучасному світовому ринку, де пропозиція перевищує попит, панує споживач, який віддає перевагу тій продукції, яка найбільшою мірою відповідає його очікуванням і має ціну, яку він готовий заплатити за задоволення своїх потреб. Тому, щоб продукція користувалася попитом на ринку, тобто була конкурентоспроможною, її якість повинна бути орієнтована на споживача, на задоволення його потреб і очікувань. Розробку концепції розвитку інноваційної діяльності підприємств регіону доцільно доручити колективу вчених із залученням керівників і фахівців провідних підприємств і наукових інституцій з відповідними профільними міністерствами. Міністерства мають відігравати ключову роль в організації підготовки, розробки й реалізації науково-технічної й інноваційної політики в регіоні. Комплексне рішення пріоритетних напрямків інноваційної діяльності забезпечить технічне й технологічне відновлення галузей і сфер регіонального інноваційного розвитку і підвищення його соціально-економічної ефективності.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гольдштейн Г. Я. Инновационный менеджмент. / Гольдштейн Г. Я. – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2008. – 132 с.
2. Инновационный менеджмент / Под ред. П. Н. Завлина, А. К. Казанцева, Л. Э. Миндели. – СПб.: Наука, 2000. – 325 с.
3. Инновационный менеджмент: Учебник для вузов / С. Д. Ильенкова, Л. М. Гохберг, С. Ю. Ягудкин и др. – М.: Банки и биржи; ЮНИ-ТИ, 2007. – 327 с.
4. Кармышев Ю. А. Инновационный тип развития как фактор динамизации социально-экономических процессов / Ю. А. Кармышев. – Тамбов: Изд-во ТГУ, 2008. – 133 с.
5. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс. – М.: Дело. – 2000. – 481 с.
6. Медынский В. Г. Инновационный менеджмент / В. Г. Медынский – М: ИНФРА-М, 2002. – 295 с.
7. Медынский В. Г. Реинжиниринг инновационного предпринимательства / В. Г. Медынский, С. В. Ильдеменов. – М.: ЮНИТИ, 2009. – 414 с.
8. Поршнев А. К. Управление инновациями в условиях перехода к рынку / А. К. Поршнев. – М.: "Мегаполис-контакт", 2003. – 273 с.
9. Уткин Э. А. Инновационный менеджмент / Э. А. Уткин, Г. И. Морозова, Н. И. Морозова. – М.: АКАЛИС, 1996. – 208 с.
10. Фатхутдинов Р. А. Инновационный менеджмент / Р. А. Фатхутдинов. – СПб.: Питер, 2002. – 400 с.

УДК 65.012

ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ КУЛЬТУРИ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ЧЕРЕЗ ОДЕРЖАННЯ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ

Родіонова О.Ю., к.е.н.,
Луганський національний аграрний університет
Поліщук Д.І.
Луганський обласний центр зайнятості

В статье определена возможность развития организационной культуры предприятия через привлечение высших учебных заведений к предоставлению образовательных услуг.

Ключевые слова: предприятие, организационная культура, услуги, образование.

The possibility of organizational culture development of enterprise via attraction of the higher educational establishments into the grant of educational services is considered in the article.

Key words: enterprise, organizational culture, services, education.

Постановка проблеми. Заходи з мотивації персоналу підприємства, врахування чинників мотивації, які сприятимуть підвищенню продуктивності праці, якості праці і продукції не завжди можуть бути оцінені і зрозумілі персоналом підприємства. Рівень сприйняття персоналом запропонованих підприємством заходів і програм залежить від культурного, освітнього та соціального рівнів сприйняття працівника. Вченими доведено [2, 3], що є пряма залежність між освітнім і культурним рівнями працівника і рівнем сприйняття інформації, її оцінки і подальшого використання. Дослідження вчених [2, 3] показало, що за 11 років "освічені" підприємства підвищили свій дохід на 682 %, а "звичайні" –