

Проблеми і перспективи ринково-орієнтованого управління інноваційним розвитком

Монографія

За загальною редакцією С.М. Ілляшенка

Суми
ТОВ «Друкарський дім «Папірус»
2011

УДК 330.341.1(477)

ББК 65.9(4Укр)-2

П-78

Рекомендовано до друку вченою радою Сумського державного
університету (протокол № 5 від 22 грудня 2011 р.)

Рецензенти:

Мірчев Ангел, д.е.н., професор, (Університет «Проф. д-р Асен
Златаров», м. Бургас, Болгарія);

Решетнікова І.І., д.е.н., професор, (ДВНЗ «Київський національ-
ний економічний університет імені Вадима Гетьмана»);

Фалько С.Г., д.е.н., професор, (Московський державний техніч-
ний університет імені М.Е. Баумана, Росія)

**П-78 Проблеми і перспективи ринково-орієнтованого
управління інноваційним розвитком:** монографія / за
ред. д.е.н., професора С.М. Ілляшенка. — Суми: ТОВ
«Друкарський дім «Папірус», 2011. — 644 с.

ISBN 978-966-2458-31-2

У монографії досліджено проблеми і перспективи управління
на ринкових засадах процесами інноваційного розвитку на дер-
жавному, регіональному рівнях та рівні окремого підприємства.
Викладено авторські підходи до розробки методів та інструмен-
тів управління інноваційним розвитком підприємств у руслі
стратегії інноваційного прориву. Розглянуто інноваційні методи
екологічного менеджменту та маркетингу.

Для фахівців з інноваційного менеджменту і маркетингу
інновацій, викладачів, аспірантів та студентів економічних
спеціальностей ВНЗ.

УДК 330.341.1(477)

ББК 65.9(4Укр)-2

ISBN 978-966-2458-31-2

© Колектив авторів, 2011

© ТОВ «Друкарський дім «Папірус»

Зміст

Передмова.....	7
----------------	---

Частина I

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ОРІЄНТАЦІЇ ВІТЧИЗНЯНОЇ ЕКОНОМІКИ НА ІННОВАЦІЙНИЙ ШЛЯХ РОЗВИТКУ

Розділ 1. Роль інновацій у забезпеченні конкурентоспроможності вітчизняної економіки.....	14
1.1. Перспективи зовнішньоекономічної діяльності підприємств України в умовах цивілізаційних трансформацій.....	14
1.2. Конкуренція та конкурентоспроможність: сучасне поняття та класифікація.....	25
1.3. Інноваційна активність як фактор конкурентоспроможності країни.....	34
1.4. Аналіз ефективності управління міжнародним маркетингом у сфері зовнішньоекономічної діяльності.....	42
Розділ 2. Регіональні та галузеві аспекти активізації інноваційної діяльності.....	56
2.1. Механізми державного управління інвестиційно-інноваційними процесами.....	56
2.2. Впровадження просторових інновацій у розвинених регіонах	69
2.3. Напрями галузевої та територіальної диверсифікації інноваційного розвитку промисловості України.....	84
2.4. Самоорганізація та розвиток соціально-економічної системи: синергетичний підхід.....	98
2.5. Інноваційний маркетинг харчових підприємств України та Українського Причорномор'я.....	109
2.6. Науково-методичний підхід до оцінки якості інституційної складової бюджетного менеджменту (регіональний аспект)	119
Розділ 3. Передумови формування стратегій інноваційного прориву.....	141
3.1. Механізм випереджаючого науково-технічний прогрес розвитку.....	141
3.2. Сучасні тенденції щодо інноваційного оновлення виробництва продукції.....	146

3.3. Використання патентно-кон'юнктурних досліджень для оцінювання рівня та значення новизни розроблюваної та існуючої на ринку промислової інноваційної продукції.....	154
---	-----

Розділ 4. Освіта і наука як рушійні сили інноваційного розвитку.....	172
4.1. Роль освіти і науки в інноваційному розвитку.....	172
4.2. Застосування WEB-технологій для формування і посилення іміджу ВНЗ.....	183

Частина II

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЙ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

Розділ 5. Інновації та інноваційна діяльність як основа розвитку сучасного підприємства.....	194
5.1. Інновації як фактор розвитку економічних систем.....	194
5.2. Вираження цілей перспективного розвитку підприємства: інноваційна стратегія.....	208
5.3. Проблематика синтезу конкурентної й інноваційної моделей розвитку підприємства.....	215
5.4. Теоретико-методичні основи застосування полікомпонентних моделей вибору стратегій розвитку.....	228
5.5. Вплив зовнішньоекономічного середовища на розвиток інноваційних процесів.....	244
5.6. Проблеми впровадження інновацій на підприємствах.....	253

Розділ 6. Складові потенціалу інноваційного розвитку сучасних підприємств.....	264
6.1. Формування ресурсного потенціалу підприємства (на прикладі будівельного комплексу).....	264
6.2. Кадрова складова інноваційного потенціалу як основний елемент розвитку інноваційної системи.....	273
6.3. Застосування бенчмаркінгового підходу в процесі планування трансформації інноваційного потенціалу підприємств.....	279
6.4. Стимулювання та розвиток креативного персоналу промислових підприємств.....	285

Розділ 7. Інтелектуальний капітал і його роль у забезпеченні інноваційного розвитку підприємства.....	307
7.1. Інтелектуальний капітал як чинник формування конкурентної позиції сучасного підприємства.....	307

7.2. Промисловий зразок як об'єкт інтелектуальної власності: роль у маркетингу інновації, проблеми удосконалення підходів до варіантної оцінки.....	315
7.3. Теоретичні та методичні засади діагностики стану споживчого капіталу промислового підприємства-інноватора.....	324
7.4. Інформаційний супровід процесу розроблення, прийняття та реалізації маркетингових інноваційних рішень.....	335

Розділ 8. Організаційні інновації у забезпеченні розвитку бізнесу.....	348
8.1. Феномен стратегічного партнерства підприємств: пояснення з позицій реляційного підходу.....	348
8.2. Конкурентоспроможність інтегрованих структур бізнесу.....	356
8.3. Організаційна архітектура управлінського консультування: ціннісний підхід.....	382

Розділ 9. Інноваційні інструменти і методи в управлінні підприємствами.....	394
9.1. Управління економічною безпекою промислового підприємства... ..	394
9.2. Застосування бенчмаркінгового підходу для формування конкурентних переваг підприємства.....	402
9.3. Формування критеріальної бази оцінки ефективності діяльності підрозділів підприємств.....	412
9.4. Використання інноваційного підходу в 3D-рекламі.....	421
9.5. Інноваційний лізинг.....	427

Частина III

РИНКОВО-ОРІЄНТОВАНІ ІНСТРУМЕНТИ І МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ

Розділ 10. Стратегічний маркетинг у інноваційному розвитку підприємств.....	442
10.1. Стратегічна маркетингова діяльність вітчизняних підприємств: проблеми та перспективи розвитку.....	442
10.2. Генерація нових знань: маркетинг інституційних інвесторів....	458
10.3. Ефективне управління промисловими підприємствами на засадах маркетингу та логістики.....	466

Розділ 11. Маркетингова товарна інноваційна політика.....	477
11.1. Особливості формування продуктової та товарної політики підприємства.....	477

11.2. Маркетинг у процесі створення конкурентоспроможної продукції (на прикладі харчової промисловості).....	489
11.3. Теоретико-методичні засади оцінки упаковки інноваційної продукції.....	498

Розділ 12. Маркетингові комунікації і їхня роль у інноваційному розвитку підприємств.....	517
12.1. Методологічні засади стратегічного планування маркетингових комунікацій інноваційної діяльності підприємств.....	517
12.2. Формування комунікаційних ефектів на етапах ухвалення рішення про купівлю організаційним споживачем.....	531
12.3. Значення бренду в забезпеченні ринкової позиції підприємства.....	544

Розділ 13. Екологічний маркетинг і менеджмент.....	564
13.1. Екомаркетинг: світові та українські реалії.....	564
13.2. Основні напрями розвитку соціально-етичного маркетингу лісового комплексу України.....	589
13.3. Менеджмент інновацій у галузі вторинної переробки нафтових відходів.....	598
13.4. Проблеми і перспективи брендингу територій на прикладі бренд-концепції сумської області «Сумщина – територія для життя!».....	611
Післямова.....	636

Передмова

На поточний час серед науковців практично не виникає заперечення теза про доцільність і реальну можливість розвитку економіки України інноваційним шляхом. Відмінності їх поглядів полягають лише у особистісному баченні стратегій переходу на інноваційний розвиток. Виходячи з цього у даній монографії була зроблена спроба узагальнити і викласти підходи представників різних наукових шкіл, які з різних поглядів визначають особливості інноваційно-орієнтованого розвитку економіки України, акцентують свою увагу на різних рівнях управління інноваційним розвитком: національному, регіональному (галузевому), рівні окремого підприємства чи установи. Такий багатоаспектний аналіз проблем і перспектив ринково-орієнтованого управління інноваційним розвитком дозволяє чіткіше, з урахуванням поглядів різних наукових шкіл, окреслити поле подальших досліджень і визначити їх пріоритетні напрями.

Книга продовжує серію колективних монографій,¹ що була започаткована у 2004 році на кафедрі маркетингу (тепер – маркетингу і управління інноваційною діяльністю) Сумського державного університету, які присвячені дослідженню проблем переходу вітчизняної економіки на інноваційний розвиток, а також удосконаленню існуючих і розробці нових інструментів та методів управління інноваційним розвитком.

У написанні книги прийняли участь:

Ілляшенко С.М., д.е.н., професор, зав. кафедри маркетингу та управління інноваційною діяльністю (УІД), Сумського державного університету (СумДУ), заступник директора інституту

¹ Менеджмент та маркетинг інновацій: Монографія / За заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2004. – 616 с.

Проблеми управління інноваційним розвитком підприємств у транзитивній економіці: Монографія / За заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2005. – 582 с.

Маркетинг і менеджмент інноваційного розвитку: Монографія / За заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2006. – 728 с.

Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу: Монографія / За ред. д.е.н., професора С.М. Ілляшенка. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2008. – 615 с.

Маркетинг. Менеджмент. Інновації: монографія / за ред. д.е.н., професора С.М. Ілляшенка. – Суми: ТОВ «Торговий дім «Папірус», 2010. – 621 с.

- Економіки розвитку МОНМС і НАН України у складі СумДУ, науковий редактор (передмова, п. 4.2, післямова);
- Галиця І.О., д.е.н., науковий радник з інноваційних питань Міжнародної асоціації господарського права; академік Української технологічної академії; зав. кафедри менеджменту підприємств туристичної індустрії Київського університету туризму, економіки і права (КУТЕП) (п. 2.1);
- Герасимчук В.Г., д.е.н., професор, професор кафедри міжнародної економіки Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут» (КПІ) (п. 1.1);
- Жихор О.Б., д.е.н., професор, зав. кафедри фінансів Харківського інституту банківської справи Університету банківської справи Національного банку України (УАБС НБУ) (п. 2.2);
- Маслак О.І., д.е.н., професор, член-кореспондент Академії економічних наук України, зав. кафедри економіки Кременчуцького національного університету ім. Михайла Остроградського (КрНУ) (п. 2.3);
- Мельник Л.Г. д.е.н., професор, заслужений діяч у галузі науки і техніки України, директор інституту Економіки розвитку МОНМС і НАН України у складі СумДУ, зав. кафедри економіки та бізнес адміністрування СумДУ (п. 5.1);
- Примак Т.О., д.е.н., професор кафедри маркетингу ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» (КНЕУ) (п. 13.1);
- Прокопенко О.В., д.е.н., професор, декан факультету економіки та менеджменту, зав. кафедри економічної теорії, професор кафедри маркетингу і УІД СумДУ (п. 13.3);
- Решетілова Т.Б., д.е.н., професор, зав. кафедри маркетингу ДВНЗ «Національний гірничий університет» (НГУ) (п. 1.3);
- Телетов О.С., д.е.н., професор, професор кафедри маркетингу та УІД СумДУ (п. 4.1);
- Фролов С.М. д.е.н., доцент, директор ІЗДВН СумДУ (п. 2.6);
- Яковлев А.І., д.е.н., професор, академік Академії інженерних наук, зав. кафедри економіки та маркетингу Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (НТУ ХПІ) (п. 9.2);
- Башук Т.О., к.е.н., старший викладач кафедри маркетингу та УІД СумДУ (п. 6.4);

- Белявцев М.І., к.е.н., доктор філософії, професор, академік Академії економічних наук України, зав. кафедри маркетингу Донецького національного університету (ДонНУ) (п. 6.1);
- Біловодська О.А., к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу та УІД СумДУ (п. 11.3);
- Божкова В.В., к.е.н., доцент, заступник зав. кафедри маркетингу та УІД СумДУ (п. 12.1);
- Верба В.А., к.е.н., доцент, докторант, доцент кафедри стратегії підприємств КНЕУ (п. 8.3);
- Воробйова Л.Д., к.т.н., доцент кафедри економіки КрНУ (п. 3.2);
- Галиця О.С., к.ю.н., доцент, науковий консультант першого проректора КУТЕП (п. 2.1);
- Герцик В.А., к.е.н., доцент кафедри Маркетингу Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля (СНУ ім. В.Даля) (п. 1.2);
- Гребешкова О.М., к.е.н., доцент, доцент кафедри стратегії підприємств, КНЕУ (п. 8.1);
- Деділова Т.В., к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства Харківського національного автомобільно-дорожнього університету (п. 5.2);
- Джемелінська Л.В., к.е.н., старший викладач НТУ КПП (п. 11.2);
- Загорна Т.О., к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки підприємства Макіївського економіко-гуманітарного інституту (п. 5.3);
- Зайчук Т.О., к.е.н., доцент, зав. кафедри економіки ПВНЗ «Кременчуцький університет економіки, інформаційних технологій і управління» (п. 10.1);
- Звягінцева О.Б., к.е.н., пошукувач ступеня д.е.н., Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України (п. 2.5);
- Івашова Н.В., к.е.н., старший викладач кафедри маркетингу та УІД СумДУ (п. 12.3);
- Ілляшенко Н.С., к.е.н., старший викладач кафедри маркетингу та УІД СумДУ (п. 3.1);
- Калюжна Н.Г., к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності СНУ ім. В.Даля (п. 2.4);
- Карпіщенко М.Ю., к.е.н., доцент кафедри маркетингу та УІД СумДУ (п. 13.4);
- Квятковська Л.А., к.е.н., доцент кафедри економіки КрНУ (п. 7.1);

- Ковальчук С.В., к.е.н., професор, зав. кафедри маркетингу Хмельницького національного університету (п. 9.4);
- Коверга С.В., к.е.н., доцент, доцент кафедри «Менеджмент організацій» Автомобільно-дорожнього інституту ДВНЗ «Донецький Національний технічний університет» (п. 9.3);
- Кравець П.В., к.с.-г.н., в.о. зав. кафедри лісового менеджменту Національного університету біоресурсів і природокористування України (п. 13.2);
- Кринська Л.І., к.е.н., доцент, доцент, кафедри менеджменту зовнішньоекономічної і інноваційної діяльності Одеського національного політехнічного університету (п. 5.5);
- Махнуша С.М., к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу та УІД СумДУ (п. 7.2);
- Мельник Ю.М., к.е.н., доцент кафедри маркетингу та УІД СумДУ (п. 5.4);
- Нагорний Є.І., к.е.н., старший викладач кафедри маркетингу та УІД СумДУ (п. 3.3);
- Новошинська Л.В., к.е.н., доцент Одеського державного економічного університету (п. 10.2);
- Овечкіна О.А., к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки технологічного інституту СНУ ім. В.Даля (п. 6.3);
- Олефіренко О.М., к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу та УІД СумДУ (п. 13.4);
- Павлішук О.П., к.е.н., старший викладач кафедри лісового менеджменту Національного університету біоресурсів і природокористування України (п. 13.2);
- Пересадько Г.О., к.е.н., доцент кафедри менеджменту УАБС НБУ (п. 9.5);
- Райко Д.В., к.е.н., доцент, доцент кафедри економічної кібернетики та маркетингового менеджменту НТУ ХПІ (п. 8.2);
- Розвод С.В., к.е.н., доцент кафедри лісового менеджменту Національного університету біоресурсів і природокористування України (п. 13.2);
- Троян М.Ю., к.е.н., старший викладач кафедри економічної теорії, заступник декана факультету економіки та менеджменту СумДУ (п. 12.2);
- Фещенко О.М., к.т.н., доцент, доцент кафедри економіки підприємств Дніпропетровської державної фінансової академії (ДДФА) (п. 1.4);

- Шипуліна Ю.С., к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу та УІД СумДУ, заступник декана факультету економіки та менеджменту з інформатизації СумДУ (п. 4.2);
- Школа В.Ю., к.е.н., доцент, заступник зав. кафедри економічної теорії СумДУ (п. 13.3);
- Шевченко М.М., к.ф-м.н., старший науковий співробітник Центру досліджень науково-технічного потенціалу та історії науки ім. Г.М. Доброва НАН України (п. 2.1);
- Гришко Н.Є., старший викладач кафедри економіки КрНУ (п. 9.1);
- Євтушенко Н.О., ст. викладач кафедри менеджменту Нікопольського факультету Запорізького національного університету (п. 10.3);
- Іванова К.В., старший викладач кафедри економіки підприємства Технологічного інституту СНУ ім. В.Даля (п. 6.3);
- Ільченко В.М., старший викладач кафедри економіки підприємств ДФФА (п. 1.4);
- Іщенко С.В., старший викладач кафедри економіки КрНУ (п. 11.1);
- Ткачова Н.П., викладач кафедри економіки та маркетингу НТУ ХПІ (п. 9.2);
- Янковська В.А., викладач кафедри фінансів і кредиту Харківського інституту фінансів Українського державного університету фінансів та міжнародної торгівлі (п. 2.2);
- Васильєв В.В., аспірант кафедри маркетингу СНУ ім. В.Даля (п. 1.2);
- Васильченко А.О., аспірант кафедри маркетингу ДонНУ (п. 6.1);
- Голишева Є.О., аспірант, асистент кафедри маркетингу та УІД СумДУ (п. 7.3);
- Грищенко О.Ф., аспірант, асистент кафедри маркетингу та УІД СумДУ (п. 7.4);
- Ніколаєва В.К., аспірант кафедри маркетингу Державного вищого навчального закладу НГУ (п. 1.3);
- Пугачова О.С., здобувач кафедри маркетингу Хмельницького національного університету (п. 9.4);
- Сагер Л.Ю., аспірант, асистент кафедри маркетингу та УІД СумДУ (п. 12.1);
- Яковлева Г.В., аспірант, асистент кафедри маркетингу та УІД СумДУ, голова Профспілкової організації студентів СумДУ (п. 6.2);

Крикуненко Д.О., інженер-проектувальник 1-ої категорії групи розробки нормативних документів ТОВ «Науково-виробниче підприємство «Системавтоматика» (п. 5.6);

Лукаш С.М., радник директора з економічної безпеки СФНАК «Укragenrolizing» (п. 9.5);

Радченко О.В., начальник філії Сумського обласного управління ВАТ «Ощадбанк України» (п. 9.5);

Савченко О.С., економіст ФОП «Савченко С.В.» (п.п. 5.4.1, 5.4.2).

До монографії увійшли матеріали досліджень, що були оприлюднені на V Міжнародній науково-практичній конференції «Маркетинг інновацій і інновації у маркетингу» (відбулася 29 вересня-1 жовтня 2011 року), а також досліджень виконаних за науковими темами «Розроблення наукових основ маркетингу інновацій» (№ державної реєстрації 0109U001384) та «Фундаментальні основи формування механізмів забезпечення інноваційного розвитку економічних систем» (№ державної реєстрації 0109U8930).

зації. У першу чергу необхідно дослідити способи адаптації зібраної інформації до діяльності своєї компанії.

Друга помилка пов'язана зі сліпим копіюванням стандартів. Так званий «еталон» може бути просто непридатний для клієнтів, ринку або ресурсів даної організації. При підборі «еталонів» слід вивчати досвід тих компаній, чия ситуація максимально нагадує дану організацію.

Третя помилка, яка є досить поширеною, це те, що в процесі бенчмаркінгу намагаються оцінити всю систему, що дуже довго і дорого. Краще вибрати один або кілька ключових процесів, що визначають конкурентні переваги компанії і ретельно їх опрацювати.

Четверта помилка пов'язана з вибором для аналізу проблем, які не співвідносяться зі стратегією й цілями бізнесу, або навіть суперечать іншим ініціативам компанії.

П'ята помилка стосується вибору процесів, які важко піддаються вимірюванню, – це ще один із способів виконати велику, але невдачну роботу. Одним з таких процесів є, наприклад, корпоративні комунікації. Щоб бенчмаркінг проектів внутрішніх *public relations* приніс користь, необхідно виокремити з цього напрямку роботи якусь більш певну частину, що піддається більш-менш точній оцінці. Не менш важливо пам'ятати про інтереси споживача.

Шоста помилка полягає у тому, що при вивченні чужого досвіду деякі компанії можуть захопитися скороченням витрат до «еталонного» рівня, абсолютно забуваючи про наслідки для клієнтів. Зменшення витрат за будь-яку ціну нерідко обертається погіршенням сервісу, клієнти перейдуть до конкуруючої організації, а бізнес починає переживати не найкращі часи.

Також відмітимо, що не слід порушувати порядок проведення бенчмаркінгу, коли організації починають вивчення чужого досвіду до того, як повністю проаналізували власну роботу.

9.3. Формування критеріальної бази оцінки ефективності діяльності підрозділів підприємств

На сучасному етапі розвитку виробництва, підрозділами підприємств, що розглядаються як об'єкт управління є складні системи. Поняття складної системи існує в науці вже досить давно, проте до цих пір немає суворого і вичерпного його визначення. В усякому разі, на інтуїтивному рівні під складною системою прий-

нято розуміти таку систему, яка складається з великої кількості взаємозв'язаних між собою і взаємодіючих елементів. Якісно нове, що відрізняє «складну» систему від «простої», полягає в тому, що вона не може бути вивчена традиційними методами, коли аналізується кожен елемент окремо. Лише аналіз на якісно новому рівні, з урахуванням всього різноманіття зв'язків і взаємодій, що існують в складній системі, розгляд їх як єдиного цілого, може допомогти в пізнанні законів їх функціонування.

У даній роботі прийнято визначення складної системи, яке належить Н.П. Бусленко [7]. Згідно цього визначення, складна система – це багаторівнева конструкція взаємодіючих елементів, об'єднаних в підсистеми. До основних властивостей таких систем можна віднести наступні:

1. Велика кількість взаємозв'язаних і взаємодіючих елементів.
2. Складність функцій для досягнення цілей діяльності.
3. Ієрархічна структура, можливість ділення системи на підсистеми.
4. Наявність управління, інтенсивних потоків інформації і розгалуженої інформаційної мережі.
5. Взаємодія із зовнішнім середовищем і функціонування під дією випадкових чинників.

Теорія складних систем [8] до їх основних функціональних характеристик відносить ефективність, надійність, якість управління, захищеність від перешкод і стійкість. Серед них найважливішою є ефективність, яка характеризує якість їх функціонування.

Сутність ефективності як економічної категорії [30, с. 63], вибір ринкових критеріїв ефективності, вивчення чинників їх зростання та механізму їх реалізації – такі основні напрями теорії економічної ефективності. Провідними фахівцями у сфері вивчення ефективності суспільного виробництва Л.І. Абалкиним, І.П. Булеєвим, В.В. Новожиловим, Б.П. Плишевським, Т.С. Хачатуровим, А.С. Толкачевим, Г.М. Сорокиним, А.І. Ноткиним, Н.П. Федоренко, та іншими отримано ряд важливих результатів, що збагатили теорію і знайшли широке вживання в господарській діяльності.

В той же час в теорії економічної ефективності існує ряд проблем, що вимагають подальшого дослідження, у тому числі на рівні підприємств і їх підрозділів.

Розробки питань економічної ефективності частіше стосуються суспільного виробництва і відтворення, тобто народногосподарсь-

кого рівня. Дослідження ж проблем економічної ефективності на рівні підприємств (їх підрозділів) нечисленні і стосуються відносно відособлених напрямів. Частіше за інших розглядаються питання, пов'язані з господарським механізмом підприємства. Розробляються також методи оцінки ефективності, а в деяких роботах – управління нею. Існує також великий клас робіт, що стосуються ефективності окремих сторін функціонування досліджуваних об'єктів, наприклад: організаційної діяльності, науково-технічного прогресу, управління, якості тощо. Окрім цього вивчається ефективність окремих елементів виробництва, зокрема – капітальних вкладень, нової техніки, основних виробничих фондів і так далі.

В той же час загальна теорія ефективності знаходиться у стадії формування. До цих пір не сформульовано чіткого визначення ефективності промислового виробництва як економічної категорії, відсутні чіткі критерії та кількісні вимірники ефективності, які дозволили б зіставляти ефективність виробництва на окремих підприємствах, встановлювати і контролювати завдання з її підвищення.

Основні підходи до визначення сутності категорії ефективності зводяться до наступного [30, с. 64-65]:

1. Ефективність є досягнення певного ефекту (результату).
2. Ефективність – це відношення корисного ефекту (результату) до витрат на його здобуття.
3. Ефективність є успішне здійснення цілей при задовільному співвідношенні витрат і результатів (поєднання перших двох трактувань). Ще одне трактування поняття ефективності засноване на принципі подвійного розгляду системи: як елементу системи більш високого рівня і як відособленої системи. В цьому випадку ефективність розглядають і як внутрішню, і як зовнішню відносно до даної системи характеристику. Коли ефективність виступає в ролі внутрішньої характеристики системи, вона більшою мірою характеризує процес (як системний об'єкт), коли ж її представляють як зовнішню характеристику, – вихід або мета системи.

Правомірний наступний висновок: у господарській системі може бути визнана доцільною лише праця, яка сприяє досягненню мети, а точніше – реалізації функції господарської системи. Таким чином використовувати термін «ефективність» можна лише в тому випадку, коли йдеться про корисний внесок даного виду діяльності в результати системи в цілому.

Розглядаючи працю (або людську діяльність) як джерело ефективності, можна зробити наступний висновок: який би об'єкт не розглядався, під його ефективністю завжди мається на увазі ефективність людської діяльності, застосованої до цього об'єкту. Тим самим під ефективністю системи мається на увазі ефективність його діяльності в системі.

Нам же щонайближче інтерпретація ефективності, якої дотримуються багато авторів. Наприклад, В.Г. Афанасьєв ефективність пов'язує як з необхідністю забезпечення вирішення намічених завдань, так і з поліпшенням співвідношення між результатами і витратами.

Такий підхід до змісту поняття «ефективності» заснований на принципі подвійного розгляду системи, що передбачає трактування її функціонального критерію з двох сторін, – зовнішньої і внутрішньої. Саме на цій основі розроблена концепція глобального і локального критеріїв ефективності, у тому числі народногосподарського і госпрозрахункового критеріїв ефективності промислового підприємства.

На рівні промислового підприємства економічна ефективність розглядається найчастіше як госпрозрахункова, тобто як специфічна форма прояву категорії ефективності на промисловому підприємстві, що працює в ринкових умовах. Причому госпрозрахункова ефективність і народногосподарська ефективність одними економістами розглядаються як різні характеристики відносно до діяльності промислового підприємства, іншими – як такі, що володіють одним змістом, але належать різним рівням.

Відповідно до такої точки зору, госпрозрахункова ефективність – це народногосподарська ефективність на рівні первинної, нижчої ланки. Відповідно госпрозрахунковий критерій ефективності виробництва є вираженням народногосподарського критерію ефективності на рівні первинної ланки. Дія госпрозрахункового критерію ефективності повинна забезпечувати реалізацію народногосподарського критерію ефективності виробництва. І. М. Сироежин, що трактує це поняття як «результативність», тобто оцінюючи якість функціонування системи з точки зору результатів виконання нею своїх функцій, із цього приводу пише [50, с. 10]: «Ми навмисно використовуємо тут швидше загально мовний, чим науково-економічний термін «результативність». Розуміється, що в змістовному сенсі це слово якнайкраще характеризує звідну,

інтегральну характеристику роботи господарської системи в цілому і будь-якій її частині, відображає ту властивість колективної праці, яка вже багато років «шукається» економісти, а саме: зв'язок між діями колективу працівників (сукупного працівника) і потоком продуктів і послуг, що забезпечують задоволення суспільних потреб, числове вираження для міри зближення цього потоку з виявленими і усвідомленими суспільними потребами».

У роботі [34] розглянуті засновані поняття результативності і ефективності на рівні визначень. Результативність – це виробництво якісних і потрібних споживачеві товарів і послуг. Ефективністю служить кінцевий результат діяльності підприємства у вигляді позитивних техніко-економічних і фінансових результатів [34, с. 48].

За методикою Д. Синка умовами для досягнення позитивних результатів є ефект, необхідна якість продукції і певна ефективність. Для здобуття результатів служать умови праці і постійні інвестиції. Кінцевий результат-прибуток [13, с. 286].

Враховуючи вищевикладені міркування, в справжній роботі приймається наступне визначення ефективності функціонування підрозділів підприємства: під нею розуміється міра досягнення досліджуваними підрозділами (які розглядаються як складні системи) поставлених цілей в процесі свого функціонування з найменшими витратами в певних заданих умовах.

Дане трактування не претендує на абсолютність і остаточність, воно приймається як робоче визначення і, не дивлячись на свій загальний характер, досить ясно відображає нашу позицію з цього питання. Визначення вважається прийнятним через наступні причини: по-перше, воно пов'язує ефективність підрозділів з цілями їх функціонування. Тим самим враховується принципово важлива вимога, що висувається сьогодні до методів оцінки економічних систем – спрямованість на кінцевий результат.

По-друге, воно дозволяє застосувати для оцінки ефективності розроблені для цієї мети кількісні методи. Це має важливе значення, оскільки [50, с. 8] підхід до оцінки роботи будь-якої господарської ланки за кінцевими результатами означає використання розрахункового апарату, який дозволив би кількісно виразити загальну характеристику діяльності великого колективу людей за певний проміжок часу у такому вигляді, що була б очевидною,

обчислюваною, придатною до використання в управлінні залежності між цією діяльністю і її результатами.

Зрозуміло, що там, де процес оцінений точно, адекватно його змісту є можливість виробити і реалізувати такі планові рішення, які приведуть до очікуваних розрахункових наслідків. Саме розробка такого розрахункового апарату і ставилась за мету при проведенні справжнього дослідження.

По-третє, у визначенні обговорюється умова мінімізації витрат, тим самим вводиться «критерій ефективності 2-го роду» [33, с. 34]. Річ у тому, що своїх цілей система може досягати, взагалі кажучи, різними шляхами. Вочевидь, що зі всіх цих можливих способів перевагу потрібно віддати тому, який пов'язаний з найменшими витратами, або, іншими словами, мета повинна досягатися найбільш ефективним в деякому розумінні способом. Такого трактування ефективності системи дотримуються автори багатьох робіт, наприклад [13, 33, 34, 36, 50].

В.А. Трапезників [51, с. 21] у процесі управління будь-якою системою виділяє наступні моменти: по-перше, формулювання цілей управління, тобто визначення характеристик системи, до яких потрібно прагнути; по-друге, виявлення особливостей і параметрів системи, від яких залежить досягнення поставленої мети; по-третє, визначення показників, на підставі яких можна говорити про наближення до наміченої мети. Таким чином, першим етапом у будь-якому дослідженні ефективності є формулювання цілей системи. Адже перш, ніж говорити про якість функціонування складної системи, необхідно визначити її цілі і завдання, для чого вона створена, які функції виконуватиме і що бажано отримати в результаті її діяльності.

Наявність цілей функціонування є одним з головних характерних ознак складної системи, тому їх визначення є дуже важливим і відповідальним а крім того, ще і досить складним завданням. Складність вирішення даної проблеми визначаються [33, с. 23] значною мірою тим, що вона не піддається формалізації, особливо в організаційно-адміністративних системах.

Цілями системи визначаються багато її властивостей: кількість елементів, структура, набір виконуваних функцій і так далі. Саме у міру досягнення заданих цілей говорять про ефективність функціонування системи, тобто вони тісно пов'язані з критеріями її ефективності.

У загальному випадку критерій ефективності є оцінкою якості виконання системою своїх функцій [33, с. 31]. Таким чином, терміном «критерій» називаються найбільш характерні ознаки, на основі яких виробляється остаточна оцінка об'єкту і приймаються ті чи інші рішення [34, с. 7]. У справжній роботі під критерієм ефективності діяльності підрозділів підприємства розуміємо такий показник (узагальнюючий, інтегральний показник ефективності), значення якого характеризує досягнутий рівень якості виконання своїх функцій, на основі якого може вироблятися оцінка їх функціонування і прийматися управлінські рішення. Як видно, поняття критерій і показник ефективності вважаються тотожними.

З огляду на те, що система управління підприємством досить складна категорія, то вибір якогось одного критерію оцінки її ефективності представляється скрутним. Наприклад, Е. Смірніцький пропонує набір кількісних показників, таких як: частка працівників управління; витрати на одного працівника управління; інтегральний коефіцієнт рівня оснащеності управлінської праці; кількість документів на один структурний підрозділ; кількість документів на одного працівника управління; коефіцієнт старанності; коефіцієнт використання інформації; коефіцієнт якості виконання управлінських функцій; коефіцієнт керованості; норматив витрат на управління; середня кількість працівників управління на один структурний підрозділ; рівень інформаційного навантаження. Проте наведені критерії носять характер розрізнених оцінок і не дозволяють зробити висновок про ефективність системи, що управляє, в цілому [49, с. 42-43].

У роботі В.В. Жваво, розглянуті критерії і система показників ефективності виробництва, які використовуються на практиці. Показники згруповані в п'ять основних груп: узагальнюючі, використання праці, основні і оборотні засоби, а також капітальні вкладення без визначення інтегрального показника [6, с. 275].

У роботі С.Б. Довбні запропонована інтегральна оцінка стану промислового підприємства, яка заснована на використанні методики експрес аналізу і комплексного деталізованого аналізу. Експресаналіз фінансово-економічного стану підприємства є регулярною діагностикою фінансової стійкості підприємства за невеликою кількістю найбільш значимих фінансових і економічних показників, що здійснюється на базі даних його фінансового обліку за стандартними алгоритмами. Об'єкти комплексного аналізу:

грошові потоки; структура капіталу; склад фінансових зобов'язань; платоспроможність; використання ресурсів, результативність діяльності підприємства в ринкових умовах.

Інтегральний показник за цією методикою залежить від рівня платоспроможності, рівня фінансової незалежності і рівня якості активів підприємства та визначається як їх середня геометрична величина [15, с. 127].

І.Д. Падерін для методики оцінки результативності підприємства розробив наступну систему критеріїв, яку застосовують і для оцінки діяльності підрозділів підприємства [41, с. 30-31]:

1. Ефект підприємства:
 - 1.1. Обсяг продажів.
 - 1.2. Частка ринку підприємства.
 - 1.3. Виробнича потужність підприємства.
 - 1.4. Вартість підприємства.
2. Ефективність підприємства:
 - 2.1. Фондомісткість.
 - 2.2. Капіталоемність.
 - 2.3. Енергоемність.
 - 2.4. Зарплатоемність.
3. Фінансовий стан підприємства:
 - 3.1. Платоспроможність підприємства.
 - 3.2. Фінансова стійкість.
 - 3.3 Фінансова ліквідність.
4. Прибуток:
 - 4.1. Фонд розвитку виробництва (капіталізація).
 - 4.2. Фонд соціального розвитку.
 - 4.3. Виконання зобов'язань перед бюджетами.
5. Продуктивність капіталу:
 - 5.1. Фондовіддача основних засобів.
 - 5.2. Віддача інвестицій.
 - 5.3. Оборотність оборотних коштів.
6. Продуктивність праці:
 - 6.1. Вироблення продукції на одного працюючого.
 - 6.2. Вироблення продукції в одиницю робочого часу.
7. Умови праці:
 - 7.1. Тягар праці (травматизм, доля безпечних місць).
 - 7.2. Рівень використання робочого часу.
8. Інноваційність:

8.1. Кількість упроваджених винаходів і раціональних пропозицій на одного працівника.

8.2. Коефіцієнт оновлення продукції.

8.3. Доля витрат на НДДКР.

9. Рівень сучасності підприємства:

9.1. Коефіцієнт конкурентоспроможності продукції.

9.2. Коефіцієнт рівня маркетингу на підприємстві.

9.3. Коефіцієнт рівня менеджменту підприємства.

9.4. Коефіцієнт підвищення кваліфікації персоналу.

9.5. Рівень комп'ютеризації підприємства.

9.6. Рівень зовнішньоекономічної діяльності.

9.7. Інвестиційна привабливість.

9.8. Рівень екологічної чистоти виробництва.

10. Інтегральний показник соціально-економічної результативності промислового підприємства:

10.1. Фактичні значення критеріїв.

10.2. Еталонні значення критеріїв.

Необхідність вироблення критеріїв ефективності викликана наступними обставинами [45, с. 186]:

– безліччю показників ефективності не лише комерційною і економічною, але і соціально-психологічною і соціально-політичною;

– великою кількістю управлінських рішень, які можуть належати до прерогативи різних посадових осіб, що приймають рішення, різних служб, підрозділів і рівнів управління;

– нелінійністю зв'язків управлінського рішення з показниками станів, які є динамічними, пересічними і стохастичними;

– обмеженістю в часі на підготовку, опрацювання і санкціонування рішень з боку осіб, що їх приймають;

– інертністю прояву наслідків реалізації управлінського рішення, а, отже, недостатньою оперативністю для зупинки небажаних тенденцій, їх виникнення і прояву.

Таким чином, від вибору критеріїв оцінки ефективності значною мірою залежить об'єктивність як в проведенні аналізу діяльності підрозділів, так і підготовки і ухвалення управлінських рішень.

Наукове видання

Проблеми і перспективи
ринково-орієнтованого
управління інноваційним
розвитком.

Монографія

Директор видавництва
Головний редактор С.М. Ілляшенко
Технічний редактор М.В. Провозін
Дизайн обкладинки Міцура О.О.
Комп'ютерна верстка та макетування М.В. Провозін,
Т.В. Кисіль, А.В. Колодка, А.С. Росохата, Л.О. Сигида

Підписано до друку 02.12.2011р.
Формат 84х60/16. Папір офсетний. Друк офсетний.
Умовн.-друк. арк. 37,83 Обл.-вид. арк. 34,46
Тираж 300 прим. Вид. № 1. Зам. 45 Ціна договірна.

ТОВ «Торговий дім «Папірус» 40024
м. Суми, вул. СКД, 24. Тел. (0542) 78-00-75
Свідоцтво про внесення до державного реєстру
видавців Серія ДК № 3481 від 14.05.2009 р.