

СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ МАШИНОБУДУВАННЯ.

Шилова Л.І., доцент, к.е.н., Шевченко А.О.
ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»

У статті поставлена проблема оцінки стану машинобудівних підприємств та необхідність використання стратегічного планування для їх розвитку. Визначені завдання та складові частини стратегічного планування.

Актуальність проблеми. Вітчизняні підприємства на сьогодні опинились в ситуації, при якій планування здійснюється в умовах глибокої невизначеності. Така ситуація негативно впливає не тільки на підприємства, а й на економіку загалом. Про це свідчить динаміка макроекономічних показників, а саме ВВП.

В економічно розвинених країнах на долю машинобудівних підприємств припадає від 30 до 50% загального обсягу випуску промислових підприємств (у Германії -53,6%, Японії – 51,5%, Англії – 39,6%, Італії – 36,4%, Китаї – 35,2%). При цьому динаміка обсягів виробництва в машинобудуванні України складає: 2000 рік – 15,3%, 2001 рік – 18,3%, 2002 рік – 11,3%, 2003 рік – 35,8%, 2004 рік – 28%, 2005 рік – 7,1%, 2006 рік – 11,8%, 2007 рік – 28,6%.

При цьому існують 230 організацій, що виконують наукові і науково-технічні роботи галузевого рівня, частина яких має інноваційний характер. І хоча останнім часом інноваційна діяльність підприємств машинобудування відбувається в складних умовах, слід відмітити, що рівень інноваційної продукції в машинобудуванні складає у середньому лише 30% .

Отже, за сьогоднішніх умов, надзвичайної актуальності набуває питання створення та застосування таких інноваційних методів і технологій, що забезпечили б не лише вихід із кризи і стану банкрутства значної частини українських машинобудівних підприємств, але і їх фінансове оздоровлення.[1]

До таких методів слід віднести стратегічне планування, яке надає можливість планувати діяльність підприємства в різних періодах з метою забезпечення можливості отримання максимального розміру прибутку з мінімальними можливими витратами за умов нестабільності ринкової кон'юнктури. При сучасній нестабільній економічній ситуації в державі це нерозривно пов'язано з необхідністю врахування ці-

лого комплексу економічних ризиків. Проте правильно організований та проведений процес стратегічного планування дозволяє передбачити запобіжні заходи щодо зниження впливу таких ризиків до мінімуму.

Для стратегічного планування діяльності вітчизняних машинобудівних підприємств необхідно використовувати такі методи і способи, які слід враховувати специфіку машинобудівної галузі промисловості, проблематику вітчизняних машинобудівних підприємств в залежності від розвитку економічної ситуації, що склалася на сьогодні в державі. Пріоритетними напрямками мають бути – фінансування впровадження інновацій, покращення технологій виробництва тощо.[2]

Аналіз останніх наукових досліджень і публікацій. Проблемам стратегічного планування приділена значна увага у працях ряд вітчизняних та зарубіжних науковців. Слід відзначити наукові роботи Петришина Н.Я., Козьменко Л.С., Кобзія О.В., Марцина В., Кривицьку О.Р., А.Чандлера та інших. На сьогодні залишається поза межами дослідження економічної діяльності при розробці стратегічних планів.

Мета роботи. Це свідчить про потребу подальшого розвитку теоретичних основ стратегічного планування і методико – прикладних аспектів планування на вітчизняних підприємствах машинобудівної промисловості та її аналіз та дати рекомендації щодо забезпечення ефективної діяльності підприємств.

Виклад основного матеріалу. Слід зазначити, що „у розвинених країнах машинобудування є джерелом постійних інноваційних ініціатив ” [10]. На сьогоднішній день машинобудівні підприємства України забезпечують високі показники зростання, що пояснюється високим рівнем попиту на продукцію українського машинобудування.

Перевагою виробничих інновацій у машинобудівній виробничо-господарській структурі є те, що інновація може являти собою результат діяльності як виробничих фірм, так і дослідницьких центрів, які функціонують у межах спільних визначених технологічних ланцюжків, що сприятиме прискоренню поширення інновацій.

Розробка і впровадження інноваційних продуктів обумовлює необхідність стратегічного планування. Процес стратегічного планування є інструментом прийняття управлінських рішень. Його завдання обмежуються забезпеченням нововведень і змін в організації в достатніх обсягах для адекватної реакції на зміни у внутрішньому середовищі. Характеризуючи стратегічне планування, слід зауважити, що його мета полягає в створенні і підтримці стратегічної відповідності мети фірми її потенційними можливостями і шансами у зовнішньому середовищі.

Стратегічне планування, як правило, включає три етапи: Розробку місії. Аналіз нестабільності зовнішнього середовища. SWOT – аналіз. Розробка стратегічного плану.

Результатом стратегічного планування повинна стати розробка завдань стандартів, орієнтирів та вимог щодо вдосконалення структур управління підприємством. По суті, стратегічне планування являє собою набір дій та рішень, прийнятих керівництвом, котрі сприяють розробці специфічних стратегій, призначених для того, щоб забезпечити здійснення місії організації чи підприємства щодо досягнення поставлених цілей. [3]

А. Чандлер писав: «Стратегія...є визначенням основних довгострокових цілей підприємства та адаптацією курсів дій і розміщенням ресурсів, необхідних для досягнення цілей».[4]

На даний час більшість українських підприємств існують в умовах невизначеності, що є однією з причин подальших проблем і, як наслідок, кризової ситуації.

Здійснювати управління підприємством в умовах невизначеності є дуже загрозливим, тому основним завданням для нього є переведення невизначеності в ризик.[5] Це обумовлює необхідність у визначенні спрямованості дослідницької й інноваційної діяльності ринку. Тому потрібно здійснювати ретельне, постійне оцінювання потреб ринку, виявляти способи їх задоволення. Аналіз і врахування потреб ринку означають зміну акценту випуску стандартної продукції від кількісної до якісної сторони, позначеної високим рівнем диверсифікованості. Більшу увагу слід приділяти ринку на етапі конструювання і виробництва продукції, що є не тільки спонукальною причиною проведення досліджень та інноваційної діяльності, а й визначальною метою її реалізації.[8]

У сучасному динамічному середовищі постійно відбуваються зміни, їх частота та швидкість створюють нестабільні умови роботи підприємств. Тому при підвищенні ступеню невизначеності на підприємствах зростають вимоги до підвищення оперативності, гнучкості, адаптивності як процесу управління взагалі, так і до планування зокрема [6]. В таких умовах процес планування повинен носити безперервний характер і використовуватися в якості повсякденного інструменту управління.

Система стратегічного управління передбачає постійну перевірку та коригування стратегії підприємства відповідно до змін, що відбуваються в межах зовнішнього та внутрішнього середовища.

Оцінювання стратегії відбувається шляхом порівняння результатів діяльності з цілями. Результати оцінювання є базою для реалізації

зворотнього зв'язку з метою коригування стратегії. Для підвищення ефективності таке оцінювання потрібно проводити системно та безперервно [2].

Нерідко у стратегічному плануванні виникає ризик визначення необхідного періоду планування реалізації інновацій, а саме трактування стратегії як довгострокового планування. На думку Кривицької О.Р., період, на який визначається стратегія, є похідною величиною і залежить від мети підприємства, сутності та обсягу стратегічних дій, які передбачаються до реалізації. Тобто можна казати, що стратегія не є функцією часу, а передусім виступає функцією змісту, напрямку розвитку. На відміну від довгострокових планів, стратегія може бути переглянута в будь-який момент.[7]

Проведення інноваційних заходів у складних умовах сучасної економічної ситуації об'єктивно пов'язане зі значними труднощами та фінансовими ризиками. Аналіз статистичних даних свідчить, що фінансові труднощі найбільше впливають на процес науково-технічного розвитку виробництва. Крім загальних причин недостачі власних коштів та неможливості залучення державних джерел фінансування, значне місце посідає високий рівень кредитних ставок, що також впливає на відсутність коштів.[8]

Держава повинна здійснювати пряме фінансування інноваційних проектів, стимулювати інвестиції в інноваційні проекти з боку приватних і державних підприємств через створення пільгових умов для тих підприємств, які впроваджують прогресивну техніку і технології, а також займаються науково-дослідною діяльністю. Але також можуть бути використані такі варіанти, як акумулювання вільних коштів у фінансовому блоці з подальшим інвестуванням їх у виробничий блок або залучення зовнішніх інвесторів.[9]

Висновки

Основними завданнями інноваційної діяльності є розробка інноваційних проектів з метою забезпечення конкурентоздатності, розробка прогресивних технологій, випуск конкурентоспроможної продукції та її вдосконалення. Система стратегічного управління передбачає постійну перевірку та коригування стратегії підприємства відповідно до змін, що відбуваються в межах зовнішнього та внутрішнього середовища.

Отже, необхідним є врахування цілей підприємства та факторів, що можуть вплинути на ефективність діяльності підприємств.

Бібліографічний список

1. Козменко Л.С. Стратегія розвитку підприємств машинобудування в умовах світової фінансової кризи//Економічний простір. – 2008. - №20/2. – с.276-282.
2. Петришин Н.Я. Можливості використання існуючого інструментарію стратегічного планування на вітчизняних машинобудівних підприємствах//Економічний простір. – 2008.- №15. – с.216-222.
3. Марцин В. Деякі підходи до стратегічного планування в умовах ринкової трансформації//Регіональна економіка. – 2005. - №2. – с.220-224.
4. Chandler A.D. *Stategy and Structure; Chapters in the History of the Industrial Enterprises*, MIT Press, Cambridge, Mass. – 1962. – P16/
5. Кобзій О.В. Невизначеність в плануванні діяльності підприємств та шляхи її локалізації//Економічний простір. – 2009. - №30. – с.194-198.
6. Кобзій О.В. Невизначеність в управлінні підприємством та підходи до її оцінки / О.В. Кобзій // Теорія і практика сучасного менеджменту: проблеми та шляхи вирішення: матеріали II міжнародної науково-практичної конференції, 8–9 жовтня 2009 р. – Тернопіль: ТНЕУ, «Економічна думка», 2009. – С. 81 – 84.
7. Кривицька О.Р. Планування прибутку підприємства при визначенні стратегії її розвитку//Фінанси підприємств. – 2005. - №3. – с. 138-146.
8. Пашута М. Інновації як фактор випереджувального розвитку економіки//Персонал. – 2006.- №6.
9. Колісник М.К., Ульянова А.М. Виробничі інновації при оцінюванні конкурентоспроможності виробничо – господарських структур у машинобудуванні// Економічний простір. – 2008. - №19. – с.256-266.
10. Маркова Ю.В. Фактори впливу на виробничо-інноваційну стратегію машинобудівних підприємств // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – № 12 (54). –с. 128–135.