

потенціалом підприємства є головною передумовою формування управлінських механізмів розвитку економічних систем національного та регіонального рівня.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У працях багатьох вітчизняних вчених достатньо глибоко проаналізовано сутність інноваційного потенціалу підприємства, його структуру, методи формування та оцінки, але, питання розвитку інноваційного потенціалу підприємства та його окремих складових почали досліджуватися порівняно недавно. Наприклад: у підручнику Л. Федулової [1] розглянуто загальні підходи до розвитку в умовах інноваційної економіки; у монографії С. Ілляшенка [2] - механізми управління розвитком інноваційного потенціалу; у навчальному посібнику В. Василенка [3] - механізми розвитку на основі оновлення виробництва.

Метою публікації є визначення необхідності адаптації інноваційної інфраструктури машинобудівних підприємств до вимог розвитку інноваційного потенціалу України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інноваційна інфраструктура машинобудівних підприємств потребує адаптації до сучасних вимог розвитку інноваційного потенціалу України. Виробниче підприємство, зокрема машинобудівне, за умов інтеграції економіки України до світових ринків, повинне мати мінімально необхідні розміри для здійснення своєї діяльності і мінімальну за рівнями структуру управління. Структура підприємства складається з підрозділів тих, що забезпечують його діяльність, у тому числі і інноваційну. Сюди входять підрозділи НДДКР, маркетингу, постачання, збуту, основні і допоміжні цехи, транспорт і ін. Перераховані елементи, в масштабах національного виробництва повинні брати участь у формуванні галузевої інноваційної інфраструктури. Стосовно машинобудівного підприємства, ми вважаємо, що складові інноваційного потенціалу країни, в значній мірі властиві і інноваційному потенціалу окремого підприємства, як основної ланки системи національного виробництва. При такій організації інноваційної інфраструктури - багато що з того інформаційного масиву і результатів наукових досліджень, що описують стан інноваційної сфери держави доцільно використовувати для опису інноваційних характеристик підприємства і навпаки. Останні чверть століття існування Радянського Союзу і перші десятиріччя існування України практично у всіх основоположних документах, що визначають розвиток макроекономічної системи країни, наголошувалася і підкреслювалася необхідність нарощування інноваційного (науково-технічного) потенціалу. Але, радянська макроекономічна система, орієнтована на екстенсивний шлях розвитку отримала негативний імпульс, який забезпечив гіпертрофованій розвиток секторів і сегментів, обслуговуючих колективні потреби, і істотним чином скорочував споживання домашніх господарств. Внаслідок, ми зіткнулися з ситуацією «низького потенціалу інновації при високому інноваційному потенціалі країни». В результаті суспільство в цілому і окремі його члени недоотримали багато і багато матеріальних благ. Якщо ж враховувати, що розробка нововведень і їх подальше практичне використання здійснювалося за рахунок суспільних засобів, то можна говорити про негативну дію інноваційної діяльності на економіку країни. Отже, сьогодні має місце ситуація, коли наявність значного по величині інноваційного потенціалу супроводжується порівняно низькою інноваційною сприйнятливістю господарюючого суб'єкта економічної системи, що обумовлює, таким чином, не менш низький рівень використання потенціалу нововведень.

В тому випадку, якщо підприємство приймає рішення про самостійну розробку нового продукту і впровадженні його у виробництво, те зменшення ступеня ризику невдачі нововведення на ринку або зведення його до нуля в ідеальному варіанті може допомогти правильне використання маркетингової концепції. Хоча багато положень теорії маркетингу бачаться нам спірними, особливо з погляду науково-технічного прогресу, включення маркетингових ресурсів підприємства в його інноваційний потенціал і інноваційну інфраструктуру є цілком обґрунтованим, оскільки дозволяє підвищити ефективність інноваційної діяльності підприємства.

Висновки. Таким чином, інноваційний потенціал, що є складною динамічною системою, вимагає для своєї характеристики опрацювання багатьох теоретичних, методологічних і методичних питань, пов'язаних з визначенням його раціональних розмірів, структури, оцінки ступеня взаємного впливу мікросистеми на інноваційний розвиток і інноваційну діяльність - на розвиток макроекономічної системи.

Література:

1. Федулова Л.І. Інноваційна економіка: Підручник. - К.: Либідь. 2006. - 480 с.
2. Проблеми управління інноваційним розвитком підприємства у транзитивній економіці: Монографія / За заг.ред. С.М. Ілляшенка. - Суми: ВТД «Університетська книга», 2005. - 582 с.
3. Василенко В.О., Шматько В.Г. Інноваційний менеджмент: Навчальний посібник. - К.: Центр навчальної літератури, 2005. - 440 с.

РОЛЬ ЦІЛЬОВОГО УПРАВЛІННЯ В ПІДВИЩЕННІ ЕФЕКТИВНОСТІ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

*Лазоренко Лариса Віталіївна, к.е.н., доцент
Національний університет
«Києво-Могилянська академія», м. Київ*

Для ефективного господарювання істотним є визначення цілей створення та функціонування підприємства. Генеральну мету підприємства називають місією. Здебільшого місією сучасного підприємства вважають виробництво продукції чи надання послуг для задоволення погреб ринку та одержання максимально можливого прибутку.

На основі загальної місії підприємства формуються і встановлюються загальнофірмові цілі, які мають відповідати певним вимогам:

- по-перше, цілі підприємства мають бути конкретними і піддаватися вимірюванню. Формулювання цілей у конкретних формах створює вихідну базу відліку для наступних правильних господарських та соціальних рішень.
- по-друге, цілі підприємства мають бути орієнтованими в часі, тобто мати конкретні горизонти прогнозування. Цілі звичайно встановлюються на тривалі або короткі проміжки часу.
- по-третє, цілі підприємства мають бути досяжними і забезпечувати підвищення ефективності його діяльності. Недосяжні або досяжні частково цілі спричиняють негативні наслідки, зокрема блокування прагнення

працівників ефективно працювати, зменшення рівня їх мотивації, погіршення показників інноваційної, виробничої та соціальної діяльності підприємства, зниження конкурентоспроможності його продукції на ринку:

по-четверте, з огляду на динаміку ефективності виробництва множинні цілі підприємства повинні бути взаємно підтримуваними, тобто дії і рішення, що необхідні для досягнення однієї мети, не можуть не перешкоджати **реалізації інших цілей**.

Це може привести до виникнення конфліктної ситуації між підрозділами підприємства, відповідальними за **досягнення різних цілей**.

Для ефективної діяльності підприємств необхідно забезпечувати автономність їх дій. Досягти повної самостійності неможливо, тому відбувається певна інтеграція груп виробників. У цих межах кожному забезпечується автономність і поінформованість про дію своїх партнерів. Крім того, для правильного прийняття рішень вони повинні мати можливість за відповідну плату одержати надійну і повну інформацію з пріоритетних для них питань. Важливу роль у формуванні такої ринкової економіки відіграє її інфраструктура, насамперед, біржі.

Іншою важливою ланкою підприємства є його кадровий персонал. Одна з його функцій - забезпечити стабільність кадрового складу підприємства. При цьому важливо ту кадрову основу постійних працівників, яка здатна забезпечити його стабільну роботу і конкурентоспроможність..

В умовах ринку підприємство не може розраховувати на успіх без служби маркетингу. Основна функція цієї ланки полягає в тому, щоб спрямувати роботу всіх ланок підприємства на задоволення потреб споживачів. Головним результатом діяльності маркетингу є збільшення обсягу продажу продукції підприємства за максимально можливою ціною. Практика вітчизняних і зарубіжних фірм переконує, що ефективність роботи цієї ланки досягається за умови, коли маркетинговою діяльністю охоплюються всі стадії руху товару, починаючи з вивчення кон'юнктури ринку і закінчуючи післяпродажним обслуговуванням споживачів.

Основною метою діяльності підприємства є одержання прибутку. Ця мета досягається лише тоді, коли продукція, яку виробляє підприємство, потрібна споживачеві, коли вона задовольняє його потреби за якісними характеристиками і прийнятним рівнем ціни. В іншому разі споживач купить цей товар в іншого виробника. Тому підприємства прагнуть забезпечити конкурентоспроможність свого товару, оскільки лише за цієї умови вони можуть його реалізувати й одержати прибуток, здійснювати відтворення на розширеній основі. Виграє, від цього і підприємство, і споживач.

Досягнення даної мети пов'язане з необхідністю розв'язання низки проблем, що виникають у процесі виробництва і реалізації продукції. Побачити проблему й усвідомити необхідність її вирішення означає, по-перше, сформулювати ціль, якої потрібно досягти, а по-друге, розробити механізми такого досягнення.

Посилаючись на досвід роботи підприємств в умовах ринкової економіки, вони не повинні ставити перед собою таких цілей, для досягнення яких ще не створено об'єктивних передумов. Цілі повинні бути реальними, конкретними, мати відповідні кількісні та якісні виміри для їх виконання та контролю, бути гнучкими, з досить високим ступенем адаптації до зміни умов.

ПРИНЦИПИ ПОБУДОВИ КОРПОРАТИВНОЇ СИСТЕМИ ЛОГІСТИЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

*Ларіна Рена Ринатівна, д.е.н., професор,
Донецький державний університет управління*

Загострення конкуренції на вітчизняних підприємствах потребує підвищення ефективності бізнесу, що, в свою чергу, приводить до зростання витрат. Звідси виникає підвищений інтерес до логістики, головним завданням якої є оптимізація витрат. Однак в практиці вітчизняних підприємств існує певна складність в усвідомленні суті логістичного підходу до ведення бізнесу. І (є пов'язано з тим, що в процесі розробки логістичних систем загальні економічні закони **не** просто адаптуються до конкретного зовнішнього середовища, але й змінюються концептуально.

Аналіз ряду літературних джерел з даної проблеми довів, що сьогодні науковці і практики вже багато уваги приділяють напрямку впровадження логістики в діяльність підприємств. Вже є позитивні приклади успішності логістичного управління. Разом з тим, є ще досить проблемних питань, які потребують більш активного їх розв'язання та доведення до зацікавлених осіб. Крім того, майже відсутні роботи, пов'язані із побудовою корпоративної системи логістичного управління підприємством.

Тому метою даного дослідження є формування принципів побудови систем, заснованих на принципах корпоративного управління, та надання практичних рекомендацій щодо їх впровадження в діяльність підприємств.

Як показало дослідження, розробка ефективних логістичних систем потребує вирішення цілого ряду проблем. Перша проблема пов'язана із нестачею кваліфікованих фахівців з логістики. Друга проблема визначена тим, що дуже часто підприємці ототожнюють логістику лише з транспортуванням вантажів або з їх збереженням. Іноді (в кращому випадку) і з транспортуванням, і зі збереженням. А іноді, ще й з митницею. Безумовно, це приводить до того, що із цілісного процесу виділяються тільки окремі частини, у відповідності до чого і ставляться певні завдання. Третя проблема зводиться до того, що обов'язки та відповідальність практично на всіх підприємствах поділяються між різними структурними одиницями. Це приводить до серйозних наслідків, пов'язаних із збільшенням витрат. На жаль, ще не всі усвідомлюють, що задачі, які стоять перед логістикою, охоплюють весь життєвий цикл товару (від моменту закупки сировини до продажу готової продукції кінцевому споживачеві), це єдиний і неподільний процес, управління яким повинно відбуватися з логістичного центру. І це зрозуміло, адже якщо різними процесами керують різні підрозділи, кожний з яких веде свою частину обліку витрат, то побачити реальну картину логістичних витрат в цілому по підприємству практично неможливо. А, отже, їх неможливо й оптимізувати.

Четверта проблема пов'язана з тим, що в більшості компаній змішано бухгалтерський та управлінський облік, причому, на перше місце висувається бухгалтерський, а управлінський облік ведеться на базі даних бухгалтерії. Однак таких даних для оптимального управління витратами підприємства недостатньо. Адже, якщо не враховувати витрати на місцем їх виникнення, то майже неможливо побачити, на що уходять гроші.