

Література

1. Зайцев І. Добрий гудвіл // *Контракти*. – 2006. – № 16. – С. 46.
2. Єременко А. В. Бухгалтерський облік: спогади про майбутнє // *Бухгалтерія*. – 2005. – № 29. – С. 11 – 12.
3. Наврузов Ю. Продажний бренд // *Гвардія брендів*. – 2006, квітень. – С. 44.
4. Палий В. Ф. Актуальные вопросы теории бухгалтерского учета // *Бухгалтерский учет*. – 2005. – № 3. – С. 46.
5. Плотникова Л.А., Кастин А.Э. Нематериальные активы: обзор международного опыта и перспективы развития // *Международный бухгалтерский учет*. – 2006. – № 4. – С. 30 – 38.
6. Просвирина И.И. Оценка внутренне созданного гудвила компаний // *Международный бухгалтерский учет*. – 2005. – № 9. – С. 23–30.
7. Сіроштан Ю. Особливості оцінки бізнесу в умовах транзакцій // [http://uto – kiev. ua / news / 018.html](http://uto-kiev.ua/news/018.html) (24. 05. 2009).
8. Соколов Я.В., Пятов М.П. Гудвилл: «новая» категория бухгалтерского учета // *Бухгалтерский учет*. – 1997. – № 2. – С. 46.
9. Чухно А.А. Постіндустріальна економіка: теорія, практика та їх значення для України. – К., 2003. – 631 с.

Надійшла 12.05.2009

УДК 005.591.6:339.17

Л. І. ДОНЕЦЬ, С. Г. ГЕЙЄР

Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського

**ОБУМОВЛЕНІСТЬ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА ЙОГО
КОНКУРЕНТНОЮ ПОЗИЦІЄЮ**

У даній статті розглянуто особливості інноваційної діяльності підприємства в умовах переходу до ринкових форм господарювання, проведено теоретичний аналіз щодо визначення інноваційної стратегії, доведено обумовленість інноваційної стратегії підприємства його конкурентною позицією.

The features of innovative activity of enterprise in the conditions of passing to the market forms of management were considered in this article, a theoretical analysis was conducted to determinate an innovative strategy, the conditionality of innovative strategy of enterprise by its competition position was proved.

Інноваційні процеси, їхнє втілення в нових продуктах і новій техніці та технології є основою економічного розвитку будь-якого підприємства. У світовій економічній літературі інновація інтерпретується як перетворення потенціального науково-технічного прогресу в реальний продукт або технологію. В сучасній економіці роль інновацій значно зросла. Це викликано тим, що в ринковій економіці інновації являють собою зброю конкуренції, тому що інновація веде до зниження собівартості, зниження цін, зростання прибутку, створення нових потреб, припливу грошей, підвищення іміджу (рейтингу) виробника нових продуктів, відкриття й захоплення нових ринків, у тому числі зовнішніх. Сьогодні опис технологічних інновацій базується на міжнародних стандартах, рекомендації з яких були прийняті в м. Осло в 1992 р. Ці стандарти охоплюють нові продукти й нові процеси, а також їх значні технологічні зміни.

Проблеми інвестиційної діяльності підприємств висвітлено в роботах науковців: І. Балабанова, О. Волкова, М. Денисенко, І. Зятковської, С. Ілляшенко, В. Козика, І. Космидайло, О. Луцківа, П. Микитюка, Л. Федулової, В. Василенко, І. Павленко, В. Ландика та ін. У своїх дослідженнях вчені висувають різні концептуальні підходи до визначення інновацій як економічної категорії, проводять аналіз класифікаційних критеріїв, на засадах яких пропонують різні види інновацій, висвітлюють особливості інноваційної діяльності в країні, регіонах та підприємстві. Разом із тим питання щодо розробки інноваційної стратегії потребують більш детального дослідження.

Мета статті полягає у висвітленні особливостей формування інноваційної стратегії підприємства з урахуванням його ринкової позиції.

Інновація являє собою матеріалізований результат, отриманий від вкладення капіталу в нову техніку чи технологію, у нові форми організації виробництва, праці, обслуговування й управління, включаючи нові форми контролю, обліку, методи планування, прийоми аналізу й т.ін. Інновацію можна назвати також інноваційним продуктом. З поняттям "інновація" тісно пов'язані поняття "винахід" й "відкриття". Під винаходом розуміють нові прилади, механізми, інструменти, інші пристосування, створені людиною. Інновація являє собою матеріалізований результат, отриманий від вкладення капіталу в нову техніку чи технологію, у нові форми організації виробництва, праці, обслуговування й управління, включаючи нові форми контролю, обліку, методи планування, прийоми аналізу й т.ін. Інновацію можна назвати також інноваційним продуктом. З поняттям "інновація" тісно пов'язані поняття "винахід" й

"відкриття". Під винаходом розуміють нові прилади, механізми, інструменти, інші пристосування, створені людиною.

Інноваційні процеси, їхнє втілення в нових продуктах і новій техніці є основою економічного розвитку. У світовій економічній літературі інновація інтерпретується як перетворення потенційного науково-технічного прогресу в реальний продукт або технологію. Термін "інновація" став активно використовуватися в перехідній економіці як самостійно, так і для позначення ряду родинних понять: інноваційна діяльність, інноваційний процес, інноваційне рішення, інноваційна стратегія.

Інноваційна стратегія підприємства – специфічне явище, що склалося й оформилося протягом декількох останніх десятиліть. Сутність інноваційної стратегії складається в активному впливі господарським суб'єктом на ринок і перспективну зміну внутрішнього середовища підприємства у відповідності зі сформованими соціально-господарськими тенденціями. В умовах ринку інноваційна діяльність є необхідною, оскільки продукція підприємств, не здатних до нововведень, перестає користуватися попитом, що спричиняє його банкрутство. Разом із тим, умови для переходу до активної інноваційної стратегії потребують урахування загальної стратегії розвитку підприємства та його ринкової позиції. Інноваційна стратегія означає взаємозалежний комплекс дій в ім'я зміцнення життєздатності й міцності даного підприємства стосовно його конкурентів. Це обумовлено зростаючою конкуренцією. Доводиться жити не тільки сьогоднішнім днем, але передбачати й планувати можливі зміни, щоб вижити й виграти в конкурентній боротьбі. Конкуренція ставить за обов'язок підприємству створювати конкурентоздатний товар або надавати конкурентоздатну послугу.

Інноваційна стратегія як складова частина загальної стратегії підприємства являє собою цілеспрямовану діяльність з визначення пріоритетів перспективного розвитку підприємства та їхнього досягнення, у результаті чого забезпечується нова якість виробництва й управління. Вона реалізується через прогресивні нестандартні обґрунтовані управлінські рішення, прийнятих з урахуванням специфіки діяльності підприємства.

Зміст інноваційної стратегії обумовлюється її характером, особливостями інноваційної діяльності організації й взаємозв'язками між основними елементами єдиної організаційної стратегії. Так, наприклад, стратегія розробки нових товарів припускає підвищення ефективності діяльності підприємства за рахунок виробництва нового товару, реалізація якого буде здійснюватися на діючому ринку. Зусилля підприємства спрямовано на розробку нових або модифікацію старих товарів й їхню реалізацію на існуючому ринку.

В контексті визначення інноваційної стратегії проведено дослідження на підприємстві АТ «Норд». Інноваційна політика підприємства є вираженням реалізації конкурентних стратегій диференціації й концентрації на основі створення нових виробництв і конструкцій виробів, щорічного розширення асортиментів, збільшення обсягів продукції, підвищення якості й надійності.

Підприємством, що здійснює науково-технічні розробки та має безпосередній вплив на стрімкий інноваційний розвиток АТ „НОРД”, є Донецький конструкторсько-технологічний інститут холодильної техніки по некомерційному конкурсу, внесок якого складає п'ятдесят один відсоток від загального розміру статутного фонду АТ „НОРД”.

Процесна продуктова інновація являє собою освоєння нових форм і методів організації виробництва при випуску нової продукції. При цьому мається на увазі, що випуск нової продукції можна організувати при наявній технології, устаткуванні, енергетичних ресурсах і при використанні традиційних методів організації виробництва і управління. Незважаючи на зменшення частки інноваційної продукції за 2006 – 2007 рр., нові холодильні прилади зазнали значних інноваційних змін в дизайні як інтер'єру, так й екстер'єру (тобто внутрішнього дизайну камер, панелей дверей, елементів комплектації: посуд, полки камер, бар'єри й бар'єри-полки панелей дверей і т.ін.; зовнішнього дизайну – зовнішній вигляд шафи, дверей, панелей управління й т.ін).

Інноваційна стратегія обумовлена не тільки особливостями й змістом загальної стратегії розвитку підприємства АТ „НОРД”, а й його конкурентною позицією на споживчому ринку побутової техніки. Поряд із різними показниками конкурентноздатності цього підприємства провідне місце, тобто найбільшу вагу за значимістю, мають два показники: ціна та якість товару. За результатами експертної оцінки та розрахунку середньозваженої величини ціни на товари різних виробників, що реалізуються на ринку холодильної техніки, було побудовану стратегічну карту конкурентної позиції кожного виробника (рис. 1).

Як показано на стратегічній карті, найближчим конкурентом АТ «НОРД» є ЗАТ «Atlant». Із всіх можливих альтернатив розвитку підприємства, найбільш оптимальної є підвищення якості й переходу в сектор «висока якість, середня ціна». У цьому секторі вже перебуває конкурент “Snaige”. Тому що частка ринку “Snaige” менше частки ринку АТ «НОРД», тобто можливість «захоплення» частини частки ринку фірми “Snaige”. Досягши сектора «висока якість, середня ціна» АТ «НОРД» одержить додаткові доходи за рахунок підвищення якості продукції.

Таким чином, проблема створення економічного механізму, що дозволяє генерувати, відтворювати та використовувати науково-технічні інновації для підвищення темпів економічного розвитку підприємства набуває надзвичайно актуального значення.

Одним із найбільш актуальних напрямків розвитку інноваційної діяльності на підприємстві є

розробка його інноваційної стратегії, яка обумовлена його конкурентною позицією на ринку, а також загальною стратегією розвитку підприємства.

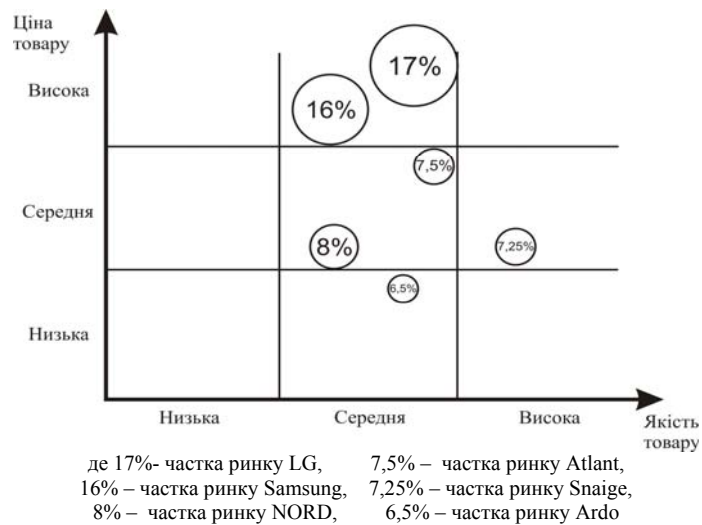


Рис. 1. Стратегічна карта конкурентної позиції АТ «НОРД» на ринку холодильників України

Перспективами подальшого дослідження є розробка методичного підходу до розробки інноваційної стратегії з урахуванням періоду життєвого циклу підприємства.

Література

1. Зятковський І. В. Фінансова підтримка проектів технологічних парків в умовах спеціального режиму інноваційної діяльності // Формування ринкових відносин в Україні. – 2007. – № 8 (75). – С. 54-58.
2. Козик В. Можливості та проблеми формування інноваційних структур // Регіональна економіка. – 2005. – № 1. – С. 195-203.
3. Космидайло І. В. Проблеми інноваційного розвитку в Україні та шляхи їх вирішення // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – № 2 (68). – С. 20-27.
4. Луцків О. М. Інноваційна діяльність як передумова підвищення конкурентоспроможності економіки регіону // Регіональна економіка. – 2005. – № 1. – С. 203-209.
5. Садеков А. А., Гусева О. Ю. Стратегическое управление предприятием. Управление изменениями: Учеб. пособие для студ. спец. 7.050107 днев. и заоч. форм обучения. – Донецк: ДонГУЭТ, 2005. – 203 с.

Надійшла 12.05.2009

УДК 658.562

О. І. ГОНЧАР, Т. Г. ЛЕМЕШЕВА
Хмельницький національний університет

МОТИВАЦІЯ ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

У статті проаналізовано існуючі підходи до визначення системи мотивування та її місця в процесах формування трудового потенціалу підприємства. Запропоновані рекомендації щодо активізації мотиваційних чинників формування сукупного потенціалу підприємства.

The existent approaches to determination of the motivation system and its place in the processes of forming of labour potential of enterprise were analysed in the article. Recommendations concerning the activation of motivational factors of forming of the combined potential of enterprise were offered.

За умов розвитку ринкових відносин мотивація праці є одним з найважливіших факторів, вміле використання якого може сприяти розв'язанню всього комплексу соціально-економічних проблем. Таким чином, мотивація як чинник є атрибутом свідомості людини, який активізує діяльність або спричиняє її припинення. Ширшим поняттям за мотивацію є захоплення працею, а саме переконання працівника у доцільності, змістовності його праці. Мотивація є чинником ефективності праці, але потрібно відмітити, що надто висока мотивація особистості призводить до численних ускладнень в її діяльності. Отже, мотивацію слід оптимізувати.