

Віталій Томбоштейн, Костянтин Федорчук
Тернопільський національний економічний університет

СТРАТЕГІЯ ПІДВИЩЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ШЛЯХОМ УДОСКОНАЛЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ

У сучасних умовах глобальної конкуренції постійно відбуваються змагання між економічними регіонами, компаніями, фірмами та підприємствами і перемагає той, хто краще адаптував свою стратегію розвитку до особливостей зовнішнього середовища та має успіхи в комерціалізації інновацій. Формування економічної стратегії суб'єктами підприємницької діяльності є важливим чинником, який забезпечує їхнє ефективне функціонування [1].

Стратегія – це комплексний план, який орієнтує підприємство на перспективу та сприяє прискореному постійному розвитку в умовах конкуренції та лідерства на ринку.

Одним із способів досягнення підприємством своєї цілі є застосування інноваційної стратегії, що відрізняється від інших новизною та має свої особливості. Вона характеризується комплексом дій, які направлені на зміцнення життєздатності та конкурентоспроможності суб'єкта підприємницької діяльності. Стратегічні кроки підприємства мають інноваційний характер, оскільки вони ґрунтуються на нових досягненнях в економічній, виробничій, збутовій та управлінській сферах. Інноваційна політика охоплює цілі технічної політики і капіталовкладень. Всі вони направлені на впровадження нових високоефективних технологій, видів продукції та надання послуг [2]. Інноваційна стратегія приймає до уваги основні базисні процеси, що відбуваються на підприємстві та в його зовнішньому середовищі. Вона є основою сучасного інноваційного менеджменту, враховуючи, що в навколишньому середовищі постійно відбуваються зміни.

В основу інноваційної стратегії покладені управлінські рішення, які орієнтують підприємство на майбутнє та на постійні зміни середовища, вимагають залучення великих матеріальних ресурсів і широке використання інтелектуального потенціалу, характеризуються гнучкістю і здатністю пристосовуватися до змін у ринкових умовах, а також враховують не контрольовані підприємством зовнішні чинники. Інноваційні стратегії є однією із складових економічної стратегії і розглядаються як сукупність правил, методів і засобів пошуку науково-технічних рішень і ресурсної політики для їх реалізації.

Для розробки інноваційної стратегії на підприємстві використовують такі підходи, а саме: визначають пріоритетні напрями інноваційної діяльності, скорочують кількість рівнів в управлінні з метою прискорення процесу «дослідження – виробництво – збут», використовують такі принципи організації роботи підприємства, які забезпечують максимальне скорочення термінів розроблення інноваційних проектів і впровадження нововведень. Практика свідчить, що інноваційні стратегії на підприємстві є ефективним управлінським інструментом і водночас створюють проблеми в управлінні підприємством. Інноваційна стратегія може бути реалізована в тому випадку, якщо підприємство має необхідні ресурси, менеджерів високої кваліфікації та відповідну організаційну структуру [3].

Необхідно зазначити, що інноваційні стратегії створюють для проектного, корпоративного та інноваційного управління складні умови, зокрема: підвищують невизначеність кінцевих результатів за термінами, витратами, якістю й ефективністю; збільшують кількість інвестиційних ризиків довготермінових проектів; вимагають перебудови підприємства. Кожне підприємство навіть однієї галузі є унікальним і тому вибір стратегії залежить від багатьох чинників, а саме: його позиції на ринку, потенціалу, динаміки росту, поведінки конкурента, стану економіки, соціального середовища та ін. Потреба в розробці інноваційної стратегії виникає у тому випадку, коли у зовнішньому середовищі підприємства появляються раптові зміни. Такими змінами можуть бути: насичення ринку та зменшення попиту; суттєві зміни в техніці й технології виробництва; розширення ринкового

асортименту нововведень; поява на ринку принципів нововведень; можлива діяльність на ринку нових конкурентів. Розробка інноваційної стратегії підприємства починається з формулювання загальної мети та цілей, які забезпечуються на основі прогнозу економічної обстановки та змін, які відбулися в зовнішньому середовищі. Удосконалення інноваційної політики підприємства вимагає визначення цілей і стратегій розвитку підприємства на найближчу та далеку перспективу, приймаючи до уваги його потенційні можливості та забезпечення відповідними ресурсами.

Таким чином, підвищення діяльності підприємства може бути досягнена шляхом удосконалення інноваційної політики, оскільки інноваційна стратегія є варіантом конкурентної поведінки підприємства в ринковому середовищі, а також стає важливим елементом стратегічного управління його розвитку та визначає конкурентоспроможність продукції підприємства на довготермінову перспективу.

Література

1. Язлюк Б.О. Прикладна економіка. Навчальний посібник / Б.О.Язлюк, Р.Б.Гевко, Ю.В. Дзядикевич, А.М. Бутов. – Тернопіль: Крок, 2016. –288 с.

2. Економіка довкілля і природних ресурсів. Монографія / За ред. Ю.В. Дзядикевича.– Тернопіль: Астон, 2016.–392 с.

3. Дзядикевич Ю.В. Енергетичний менеджмент. Підручник /Ю.В. Дзядикевич, Р.Б. Гевко, М.В. Буряк, Р.І. Розум.– Тернопіль: Підручники і посібники, 2014. –336 с.

Володимир Турчак

Тернопільський національний економічний університет

ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Розвиток ринкової економіки в Україні обумовлює високі вимоги до оцінки ефективності функціонування економічних систем різних рівнів. Найбільша увага приділяється торгівлі як комерційній системі та самостійній ланці національної економіки, яка безпосередньо створює економічні блага. Трансформаційні процеси, які відбуваються в українській економіці, докорінно змінили економічне середовище функціонування торговельних підприємств, що, в свою чергу, привело до залежності ефективності їхньої фінансово-господарської діяльності від багатьох, раніше не досліджуваних факторів. З метою створення належного іміджу та забезпечення успіху на ринку потрібна достовірна оцінка ефективності функціонування торговельних підприємств як комерційних систем, яка б відповідала сучасним вимогам розвитку ринкової економіки.

В ринкових умовах ефективна діяльність торговельних підприємств повинна оцінюватись з позиції досягнення найбільших фінансових результатів за умов повного використання трудових, матеріальних та фінансових ресурсів [1, с. 3]. У зв'язку з цим виникає необхідність в обґрунтуванні та удосконаленні організаційно-економічного механізму комплексної оцінки ефективності функціонування торговельних підприємств, у розробці сучасних методів та методик такої оцінки з врахуванням комплексного та системного підходів, що дозволить приймати обґрунтовані рішення щодо створення сприятливих умов для покращення економічних результатів їх діяльності.

Щоб успішно здійснювати торговельну діяльність протягом довгого часу, вижити і досягти своїх цілей, організація діяльності підприємства повинна бути як ефективною, так і результативною. Результативність як показник має мати кількісну оцінку. Ефективність – це показник прагнення до кінцевого результату, є характеристикою принципово відносною, що залежить від того, які показники з якими співвідносяться. Ефективність діяльності торгового підприємства – це співвідношення між кількістю одиниць реалізованих товарів і кількістю використаних в процесі реалізації ресурсів. У загальному уявленні ефективність