

Мосін О.О.

УДК 330.341.1

**РИНКОВА СУТНІСТЬ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ МАШИНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА (НА ПРИКЛАДІ ПАТ «ДНІПРОВАЖМАШ»)**

**Вступ.** Актуальність дослідження особливостей формування потенціалу підприємства підтверджується підвищеною увагою економістів до цього питання. Оцінка перспектив розвитку підприємства, яка базується на економічному, виробничому, фінансовому стані є пріоритетним завданням керівництва будь-якої організації. Підвищення потенціалу підприємства робить його більш привабливим для інвесторів, покупців, акціонерів. У свою чергу, вирішення цього питання стає метою досліджень багатьох вчених-економістів.

**Огляд останніх джерел досліджень і публікацій.** Інноваційний потенціал є до певної міри особливим підходом до вимірювання потенціалу машинобудівного підприємства. Це зумовлене тим, що інновації є найкращим показником для визначення перспектив розвитку промислового підприємства. Управління інноваційним потенціалом розглядали такі українські науковці, як Л.М. Ганушак-Єфіменко, Г.І. Єлистратова, Н.І. Чухрай, Я.Я. Пушак, С.Ф. Смерічевський, Л.Д. Чалапко, С.І. Чимшит, О.В. Варяниченко. Паралельно ці питання досліджували російські вчені – М.Д. Кондратьєв, Д.І. Кокурін, М.А. Бунчук, П.В. Михайлушкін, Н.В. Ломакін, О.В. Іншаков, П.В. Поляков та іноземні вчені – Й. Шумпетер, Б. Твісс, І. Фішер.

**Постановка завдання.** Метою статті є дослідження ролі інновацій щодо розширення клієнтської бази підприємства та укріплення лояльності наявних споживачів. Для вирішення поставленої мети пропонується використати методи економіко-математичного моделювання.

**Основний матеріал і результати.** Для більш чіткого усвідомлення сутності потенціалу підприємства нами пропонується розглянути потенціал як філософську категорію. Згідно поглядів неотомістської філософської системи, яка частково спирається на умовивіди Арістотеля, в основі онтології є такі категорії як потенція та актуалізація. При цьому потенція інтерпретується як можливість набуття певного стану, а актуалізація – як теперішній прояв цієї можливості [4, с. 104-105]. На нашу думку, варто досліджувати сутність потенціалу підприємства крізь призму потенції, тобто певного ідеального стану, до якого може прагнути підприємство. Якщо взяти такий підхід за відправний пункт, то стає зрозумілим, що спроби формулювання та оцінки економічного, виробничого, фінансового потенціалів скоріше підпадають під визначення актуалізації. Розрахунок потенціалу підприємства за цими підходами зводиться до наступних особливостей: управління фінансовими, інтелектуальними, інформаційними ресурсами підприємства [3, 10] та оцінка ступіню використання виробничих потужностей [12, 6, 7, 8]. Дані методи трактують потенціал як сукупність ресурсів, ефективне управління якими дозволяє, використовуючи найбільш повно виробничі потужності, виробляти певну кількість продукції. Потенціал у якості системи досконалих показників, до яких підприємству необхідно наблизитися, долаючи певні стадії, аналізує С.І. Чимшит [11, с. 170]. Але при цьому досліджується потенціал як інтегральний показник, який враховує усі сфери функціонування підприємства. Інноваційний розвиток серед них існує у недиференційованому вигляді.

Натомість більш за всі різновиди досліджуваних потенціалів підприємства категорії потенції відповідає інноваційний потенціал, оскільки інші характеристики не можуть настільки чітко відобразити майбутні перспективи організації, як це дозволяє зробити її властивість адаптуватися до мінливого оточуючого середовища. Інноваційний розвиток є саме такою властивістю. Сьогочасний ринок машинобудівної продукції, як і будь-який інший ринок, вимагає від його учасників безперервного покращення господарської системи. Конкурентні переваги вагомими сьогодні, завтра можуть припинити бути такими. Лише інновації підтримують стабільно високий рівень конкурентоспроможності підприємства. Відтак, саме інноваційний потенціал найповніше відповідає на питання, що очікує машинобудівне підприємство у майбутньому, яку нішу воно може зайняти.

В.С. Баріло, у свою чергу, розглядає інноваційний потенціал як показник, що інтегрує в собі «наявність і збалансованість структури компонентів потенціалу», а також «достатність рівня розвитку потенціалу для формування інноваційної активної економіки» [1, с. 4]. Але сутність інноваційного потенціалу автор виражає у сукупності аналізованих станів виробничо-технологічного, кадрового, фінансового, інформаційного потенціалів. Тобто фактично здатність підприємства до інновацій розглядається у спектрі його господарської діяльності. Управління новою продукцією не виокремлюється, як складова перспективного розвитку підприємства.

А.О. Крисак при дослідженні інноваційного потенціалу спирається на ресурсний підхід. Серед сукупності ресурсів автор виділяє їх фінансову складову. Пропонується аналізувати інновації на основі фінансових ресурсів, які забезпечують «надходження коштів для виконання інноваційних процесів, вибір тематики інноваційних процесів» [5, с. 24]. Разом з тим, досліджуються кадрова, організаційно-технічна, інформаційна складові. Недоліком даного підходу, за нашою думкою, є загальна особливість ресурсних підходів, які оцінюють ефективність використання ресурсів, не зауважуючи впливу умов їх реалізації.

Ще одним адептом ресурсного підходу стосовно визначення інноваційного потенціалу є Н.М. Польова. Автор також розділяє сутність потенціалу на три складові: перша стосується минулого, тобто «можливості функціонування і розвитку»; друга – «рівень практичного застосування наявних можливостей», третя – «елементів майбутнього розвитку» [9, с. 29].

Н.М. Польова визначає інноваційний потенціал підприємства як «інтегральну характеристику комплексу економічних ресурсів, поточних і майбутніх можливостей економічної системи здійснювати

**РИНКОВА СУТНІСТЬ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ МАШИНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА  
(НА ПРИКЛАДІ ПАТ «ДНІПРОВАЖМАШ»)**

цілеспрямовану інноваційну діяльність через трансформацію сукупності ресурсів з урахуванням системи внутрішніх та зовнішніх факторів» [9, с. 30]. Автором вказаний зв'язок майбутнього розвитку та наявних можливостей при трактуванні потенціалу. Але, на наш погляд, необхідно більше зорієнтувати визначення потенціалу на резерви виробництва, тобто різницю між майбутнім та поточним використанням можливостей машинобудівного підприємства.

Л.М. Ганушак-Єфіменко підкреслює вагомість оцінки інноваційного ризику, який виникає під час впровадження інноваційних процесів. Ризики, як неодмінна характеристика властивість інновацій, що частково стримує їх розвиток, можуть призводити до втрати ресурсів або доходу промислового підприємства. Джерелами виникнення ризикових явищ є дії конкурентів, постачальників, правові зміни; присутність ризиків одночасно свідчить про наявність потенційних втрат та можливих вигадів. Тому доцільними є об'єктивна оцінка сутності інновацій, їх значення для організації та достовірне прогнозування наслідків реалізації інноваційних рішень [2, с. 66-67].

Л.М. Ганушак-Єфіменко виділяє той факт, що процес реалізації інновацій є неперервним [2, с. 67]. Продукція, технології, рішення новаторські для певного проміжку часу стають нормальними та повсякденними для господарської системи, галузі, економіки, їх замінюють інші. Тобто інновації не є одномоментним заходом, а радше є процесом перманентного покращення. Інновації змінюють одне одного, одночасно укріплюючи фундамент товарної продукції, яка протягом цього процесу поновлюється та починає складатися з асортименту, який відповідає потребам замовників та є найбільш конкурентоспроможним на ринку.

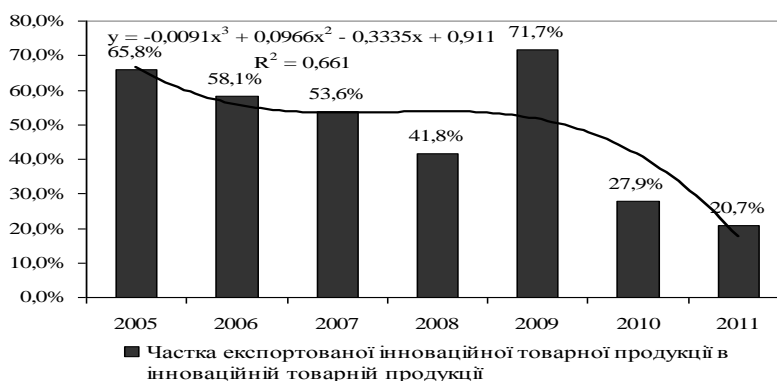
Відтак, нами пропонується розглядати визначення інноваційного потенціалу машинобудівного підприємства у розрізі його впливу на долю ринку підприємства та його конкурентну позицію, додаючи до сформульованих наукових положень необхідність узгодження усіх елементів інноваційного потенціалу (продукції, технології, організаційних заходів) з метою отримання додаткового прибутку.

Інтеграція України до європейського ділового простору вимагає від галузі машинобудування збільшення обсягів експортування власної продукції. Визнання продукції за кордоном краще за все свідчить про потенціал підприємства, його конкурентоспроможність, оскільки експортна продукція є загальним тестуванням його технології та можливостей щодо відповідності світовим стандартам, тобто формуванню лояльності з боку клієнтів. Водночас розвиток економічних відносин із закордонними організаціями якнайкраще сприяє розширенню кола замовників продукції підприємства. На прикладі основного виробництва ПАТ «ДНІПРОВАЖМАШ» у 2005-2011 рр. розглянемо структуру інноваційної продукції машинобудівного підприємства (таблиця 1).

**Таблиця 1.** Структура інноваційної товарної продукції за ринками збуту ПАТ «ДНІПРОВАЖМАШ» у 2005-2011 рр.

Роки	Показники		
	Інноваційна товарна продукція (ІТП), тис. грн	Експортована інноваційна товарна продукція (ЕІТП), тис. грн	Частка експортованої інноваційної товарної продукції в інноваційній товарній продукції (Ч), %
2005	7 285,66	4 796,70	65,8
2006	20 759,60	12 062,66	58,1
2007	14 483,51	7 767,00	53,6
2008	36 011,50	15 036,23	41,8
2009	13 604,65	9 750,61	71,7
2010	10 475,96	2 920,16	27,9
2011	98 673,36	20 466,00	20,7

Більш наочне відображення структури інноваційної товарної продукції ПАТ «ДНІПРОВАЖМАШ» у 2005-2011 рр. наведено на рис.1.1, де зображені лінії поліноміального тренду третього ступеню та достовірність апроксимації.



**Рис. 1.** Структура інноваційної товарної продукції за ринками збуту ПАТ «ДНІПРОВАЖМАШ».

Спираючись на рис. 1., відмічено тенденцію до зменшення частки експортованої інноваційної продукції, яка порушується у 2009 р. завдяки помірному зменшенню загального обсягу інноваційної

товарної продукції (таблиця 1) та укладенню ПАТ «ДНІПРОВАЖМАШ» контрактів з казахстанськими підприємствами АТ «Евроазиатская энергетическая корпорация» та АТ «ГНК «Казхром» (Донський ГЗК) щодо поставки такого обладнання, як конструкції пересипні та плити футерувальні, а також співпраці з російським металургічним комбінатом ВАТ «Тулачермет» стосовно виготовлення куполу печі, колошників та плит футерувальних.

Більш наглядно демонструє динаміку розвитку обсягів експортованої інноваційної товарної продукції ПАТ «ДНІПРОВАЖМАШ» у 2005-2011 рр. поліноміальний динамічний тренд четвертого ступеня (рис 1.2).

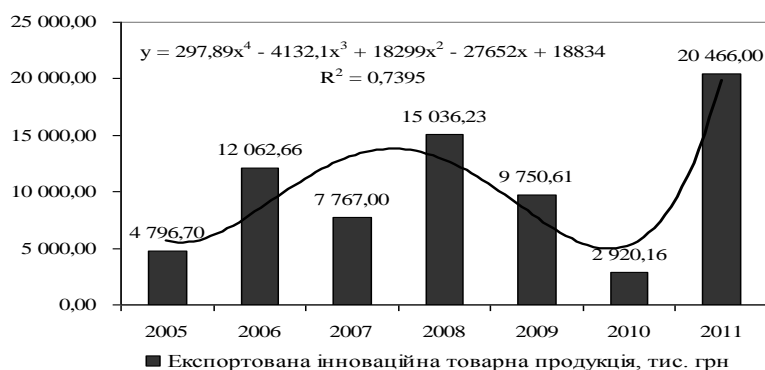


Рис. 2. Динаміка експортованої інноваційної товарної продукції ПАТ «ДНІПРОВАЖМАШ».

На рис. 2 досить чітко відображений характер хвилеподібної зміни абсолютних значень експортованої інноваційної товарної продукції. Такі коливання можна пояснити певною періодичністю проведення капітальних ремонтів на підприємствах гірничо-металургійного комплексу, коксохімічних, енергетичних, які є основними споживачами продукції ПАТ «ДНІПРОВАЖМАШ». Також істотним фактором впливу на рівень потреб ринку машинобудівної продукції є забезпеченість фінансовими ресурсами планів капітальних ремонтів. В залежності від кон'юнктури сировинних ринків, умов кредитування та глобальних економічних флуктуацій підприємства-замовники переглядають обсяги коштів, що виділяються на цілі ремонтів. Є помітним різкий стрибок обсягів експортованої інноваційної продукції у 2011 р., який пояснюється укладеними контрактами на виготовлення електровоза для Череповецького металургійного комбінату ВАТ «Северсталь», штовхальника металургійного для ВАТ «Новолипецький металургічний комбінат», дробильно-фрейзерної машини для ВАТ «ЕВРАЗ НТМК». Ці зміни співпали також зі збільшенням обсягів інноваційної продукції, що поставляється на внутрішній ринок, та обумовлено укладанням контракту з криворізьким підприємством ПАТ «Північний гірничо-збагачувальний комбінат» на поставку візків обпалювальних для виконання робіт з модернізації збагачувальних та обпалювальних потужностей комбінату.

**Висновки.** Для машинобудівної галузі характерним є сформований розподіл ніш ринку, а інноваційна продукція відіграє значну роль при формуванні лояльності замовників. Задоволення потреб споживачів машинобудівної продукції є гарантом їх повернення та залучення нових клієнтів. Виготовлення інноваційної продукції сприяє більш повному задоволенню потреб замовників, а отже формуванню їх лояльного ставлення до підприємства; з іншого боку – є фактором залучення до клієнтської бази підприємства нових споживачів, чії потреби підприємство за тих чи інших причин не забезпечувало. Практичне значення результатів дослідження полягає у аналізі оцінювання доцільності впровадження інноваційних заходів у діяльність машинобудівного підприємства, а науковим значенням є дослідження динаміки інноваційної продукції у ПАТ «ДНІПРОВАЖМАШ».

Подальшого розвитку потребує сфера управління підприємства, яка стосується необхідного рівня освоєння виробництва новітньої продукції, що підвищує конкурентні переваги організації, а отже є інноваційною. У перспективі нами планується розробка механізму узгодження інновацій та потреб ринку, яке проєцюється на прибуток підприємства.

#### Джерела та література:

1. Барило В. Методичні основи оцінки інноваційного потенціалу промислових підприємств / В. Барило // Економіка. Фінанси. Право. – 2009. – № 2. – С. 3-5.
2. Ганущак-Єфіменко Л. Система ефективного управління розвитком інноваційного потенціалу в умовах прогнозованих ризиків / Л. Ганущак-Єфіменко // Формування ринкових відносин в Україні. – 2011. – № 9. – С. 66-70.
3. Гурченков О. Виробничий потенціал машинобудування Миколаївської області: проблеми та перспективи його використання / О. Гурченков // Економіка регіону. – 2006. – № 5. – С. 42-45.
4. Кремень В. Г. Філософія: мислителі, ідеї, концепції : підруч. / В. Г. Кремень. – К. : Книга, 2005. – 528 с.
5. Крисак А. О. Формування інноваційного потенціалу малого підприємства / А. О. Крисак // Інвестиції: практика та досвід. – 2009. – № 12. – С. 24-26.
6. Лепьохіна О. В. Фінансова та економічна взаємозалежність потенціалу підприємства / О. В. Лепьохіна // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 7. – С. 127-136.

7. Мігай Н. Б. Управління виробничим потенціалом машинобудівних підприємств в умовах макроекономічної нестабільності / Н. Б. Мігай // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 7. – С. 121-128.
8. Піддубна О. О. Економіко-математичне моделювання в управлінні виробничим потенціалом / О. О. Піддубна // Економіка та держава. – 2009. – № 12. – С. 49-50.
9. Польова Н. М. Потенціал інноваційної діяльності машинобудівних підприємств: критерії та методичні підходи / Н. М. Польова // Інвестиції: практика та досвід. – 2009. – № 7. – С. 28-30.
10. Тимошук М. Методологічні засади оцінювання потенціалу розвитку підприємств / М. Тимошук // Маркетинг в Україні. – 2010. – № 4. – С. 30-34.
11. Чимшит С. І. Методологічні основи аналізу потенціалу підприємства / С. І. Чимшит // Вісник економічної науки України. – 2011. – № 1. – С. 169-175.
12. Шапуров О. О. Потенціал виробничо-господарської діяльності машинобудівних підприємств / О. О. Шапуров // Інвестиції: практика та досвід. – 2009. – № 18. – С. 44-50.

**Оглоблин С.А.**

**УДК 658:339**

### **ВИДЕНИЕ КАК ЭЛЕМЕНТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА ПРЕДПРИЯТИЯ**

Результативна система управління підприємством повинна повністю задовольняти вимогам з боку керівництва щодо певних умов функціонування. На сучасному етапі розвитку економічних відносин, для яких є характерним зростання динамічності зовнішнього середовища, однією з таких вимог є адекватність системи управління змінам зовнішнього середовища. Якщо взяти до уваги нещодавно існуючу адміністративну систему управління підприємств, яка здебільшого збереглася на вітчизняних підприємствах, то у зв'язку із загальним прискоренням змін зовнішнього середовища і ростом його непередбачуваності, зрозумілим стає необхідність пошуку нових методів управління, необхідність відходу від застарілих інструментів управління, які були адекватні минулим економічним умовам.

Теорія управління не стоїть на місці і висуває різноманітні концепції відповідно до практичних задач керівництва. Зокрема, сучасною парадигмою управління є управління, яке ґрунтується на підтримці стратегічного процесу, що забезпечує досягнення підприємством поставлених цілей за необхідності постійної адаптації до змін зовнішнього середовища. Саме тому дослідження змісту стратегічного процесу є актуальним.

У науковій літературі дослідженню елементів стратегічного процесу присвячено багато праць. Це роботи І. Ансофа, М. Портера, Г. Мінцберга, А.Дж. Стрікланда, А.А. Томпсона та інших. З вітчизняних вчених, що займалися даним питанням слід відзначити З.Е. Шершньову, С.В. Оборську, А.П. Міщенко, А.П. Наливайко, В.Ф. Оберемчук, М.Г. Сасенко, Т.І. Ткаченко, А.Е. Воронкову. Дослідження «бачення» як елементу стратегічного процесу знайшло своє відображення головним чином у роботах вчених підприємницької школи стратегічного управління. Зокрема, у таких вчених як Карлоф Б., Беніс У., Неймут Б. Серед вітчизняних вчених можна виділити Міщенко А.П., Шершньову З.Є. Слід зазначити, що «бачення» як елемент стратегічного процесу висвітлено у наукових працях достатньо широко, проте вимагає свого уточнення.

Метою публікації є аналіз основних підходів до визначення сутності поняття «бачення» з уточненням його змісту та визначення місця «бачення» у процесі стратегічного управління.

Управлінська діяльність є, перш за все, розумовою діяльністю, основою якої є мислення – «процес відображення світу у його зв'язках та відносинах» [9, с. 309]. Розум не може оперувати предметами зовнішнього світу, але він легко може створювати в уяві образи, які відповідають цим предметам, їх зв'язкам і використовувати їх у процесі мислення. Тобто, побудова мисленого образу дійсності у свідомості управлінця є звичайною справою при управлінській діяльності як розумовій діяльності спрямованій на взаємодію з цією дійсністю.

Найбільш вдала, на нашу думку, дефініція для «мисленого образу дійсності, сформованому в уяві керівника» є вживана у теорії стратегічного управління дефініція «бачення». Проте необхідно дещо уточнити це поняття, розглянувши різні підходи до його визначення.

Типовим визначенням у теорії стратегічного управління є визначення У. Беніса і Б. Неймуга [4, с. 122], послідовників школи підприємництва, які розкривають поняття «бачення» як «мислений образ можливого і бажаного положення організації». Тобто, бачення – це, по-перше, образ підприємства (його положення, ситуації), подій, які відбуваються навколо нього, по-друге, образ майбутнього. У. Беніс і Б. Неймут говорять про бачення як можливий і бажаний образ майбутнього, однак щодо цього єдиної думки серед вчених не існує. Одні вчені вважають, що бачення – це лише бажаний образ підприємства у майбутньому (Олексієва М.М., Карлоф Б.), інші (У. Беніс і Б. Неймут, Шершньова З.Є., Ньюстром Дж. і Девіс К., Поршнев А.Г.) – можливий і бажаний.

Поршнев А.Г. [7] пояснює бачення як «ідеальне уявлення, бажаний образ організації, комплексне осмислення подій і стратегічної ситуації майбутнього». Якщо взяти до уваги, що бачання на відміну від осмислення має емоційну основу, тобто, «комплексне осмислення подій і стратегічної ситуації майбутнього» не може стосуватися бажаного розвитку ситуації, а стосується лише прогнозу можливого