

Студент 4 курсу  
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

## КРИТЕРІЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ОНОВЛЕННЯ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

*Анотація. Розглянуто критерії ефективності оновлення продукції підприємства.*

*Аннотация. Рассмотрены критерии эффективности обновления продукции предприятия.*

*Annotation. The criteria of efficiency of update of enterprise products are considered in the article.*

*Ключові слова: інновація, товар, продукція, критерії, інноваційний процес, оновлення продукції, інноваційне підприємство.*

Забезпечення високої ефективності оновлених видів продукції вимагає ретельного її економічного обґрунтування на всіх стадіях розроблення і впровадження. Найчастіше це здійснюють проводячи розрахунки на основі річного економічного ефекту шляхом порівняння приведених витрат.

Структура конкретних розрахунків та вигляд формули залежать від певної техніко-економічної ситуації. Економічна ефективність від упровадження нової або оновленої продукції на рівні підприємства визначається за такими узагальнюючими показниками: строк окупності капітальних витрат на нову або модернізовану продукцію, коефіцієнт витрат, тобто показник, зворотний строку окупності. При цьому, ефективними вважаються новинки, абсолютна ефективність яких не нижче нормативної та базової [1; 2].

Проаналізувавши чинники економічної доцільності випуску оновленої продукції [2] були розроблені такі критерії ефективності оновлення підприємства:

1. Зниження матеріаломісткості. Матеріаломісткість продукції перебуває під впливом таких чинників, що залежать і не залежать від діяльності підприємств – ті, що характеризують рівень прогресивності застосовуваних конструкторських рішень (удосконалення технологій виробництва, вироблення товарів з легких і дешевих матеріалів), і ті, що відображають прогресивність технологічного використання матеріалів, купованих виробів та відходів. Також на матеріаломісткість впливає зміна ринкових цін на сировину, матеріали, паливо, енергію і на готову продукцію, а також якості сировини, яку поставляють і витрачають.

2. Цінова еластичність пропозиції. Серед основних факторів, що визначають величину цінової еластичності пропозиції, можна виділити фактор часу і фактор технології [3]. Так, чим триваліший відрізок часу, яким володіє виробник товару, тим більше можливостей для його пристосування до зміни ціни і перерозподілу ресурсів між альтернативними (різними) напрямками їх використання. І чим

-----

гнучкішу технологію використовують для виробництва товарів, тим легше при зміні ціни перейти від виробництва одного товару до виробництва іншого.

3. Підвищення попиту на товар. Цінова еластичність попиту (еластичність попиту за ціною) є показником реакції величини попиту як відповідь на зміну ціни і визначає, на скільки відсотків зміниться величина попиту при зміні ціни на один відсоток [1]. Виходячи зі сказаного вище, зниження ціни на товар призведе до збільшення попиту на нього, для цього необхідно використовувати результати науково-технічної революції, впроваджувати технологічне переоснащення, по максимуму автоматизувати виробництво.

4. Підвищення продуктивності праці та зниження трудомісткості робіт. Продуктивність праці є рухливим і динамічним показником результативності праці та ефективності виробництва, який коригується низкою факторів: застосування нової техніки, вдосконалення системи машин, упровадження комплексної механізації, інженерних комунікацій, необхідних для виконання процесів, застосування передових технологій та наукових розробок, модернізація діючого обладнання, (адже оновлюється матеріально-технічна база, скорочуються витрати ручної праці) [4]. Значний вплив має максимальне використання діючих потужностей, диверсифікація виробництва, скорочення витрат робочого часу та ін. Підвищення продуктивності праці залежить і від соціально-економічних показників, які пов'язані із кваліфікацією й освітою виконавців, рівнем відносин власності на підприємстві, умовами праці, застосуванням оптимальних режимів праці і відпочинку, психологічним кліматом у колективі, його згуртованістю і внутрішньо колективними стосунками, поліпшення умов праці, підвищення творчої активності працівників. Стимулом підвищення продуктивності праці також є вдосконалення форм систем оплати праці, відтворення робочої сили та розв'язання соціальних проблем суспільства.

5. Підвищення якості продукції. Аналіз якості продукції, в умовах її оновлення, має бути спрямований на виявлення прибутку, отриманого від поліпшення якості реалізованої продукції, і скорочення витрат на відповідні роботи. Тому в центрі уваги постають такі питання, як скорочення обсягу бракованої продукції; раціоналізація виробничого процесу, спрямована на вдосконалення технології, стандартів і норм, модернізацію устаткування, підвищення кваліфікації працюючих; зниження витрат виробництва та ін.

6. Розширення товарного асортименту. Формування асортиментної програми здійснюється з урахуванням необхідних ресурсів, рівня техніки та технології виробництва, можливостей створення нового виробництва в оптимальні терміни, наявності патентів, очікуваної рентабельності виробництва та термінів окупності інвестицій, наявності управлінських кадрів та кваліфікаційного персоналу на всіх ланках виробничого циклу, наявності стійких зв'язків із постачальниками, ступеня ризику, пов'язаного із сезонністю попиту [5].

7. Використання основних фондів і виробничих площ. Фондовіддача перебуває під впливом таких чинників: зміни структури виробленої продукції, рівня цін на продукцію тощо, зміни оцінки основних виробничих фондів, їх структури, завантаження виробничих фондів, виробничого обладнання, у часі та за потужністю.

Для характеристики використання виробничих площ визначають такі показники: величину залишкової чи невикористану площу, сумарну річну потужність щодо вироблення основної продукції на  $1 \text{ м}^2$  площ; вартість робочих машин та обладнання на  $1 \text{ м}^2$  тощо [4].

Отже, проаналізувавши літературні джерела та виходячи з необхідності оцінки ефективності введених інновацій були розроблені критерії ефективності оновлення продукції підприємства, які більш детально характеризують процес

оновлення продукції, адже визначення інноваційного розвитку одним із пріоритетних напрямів діяльності підприємства є досить актуальним питанням на сьогодні, адже в умовах науково-технічного розвитку спостерігається стрімке старіння продукції.

*Наук. керівн. Верещагіна Г. В.*

-----

**Література:** 1. Стратегический план. Стратегия маркетинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://www.my-market.ru/market\\_104.html](http://www.my-market.ru/market_104.html). 2. Ястремська О. М. Створення нової продукції: організаційно-економічний та маркетинговий аспекти : наукове видання / О. М. Ястремська, Н. К. Гіковата, В. М. Гіковатий. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2007. – 232 с. 3. Наукова та інноваційна діяльність в Україні. Статистичний збірник / Державний комітет статистики України. – К., 2001. 4. Бойчик І. М. Економіка підприємства : навчальний посібник / Бойчик І. М. – Вид. 2-ге, доп. і перероб. – К. : Атіко, 2007. – 520 с. 5. Тимонін О. М. Стратегії маркетингу : навчальний посібник / Тимонін О. М., Олійник С. С. – Х. : Око, 1999. – 184 с.