

Чем более точна наука, тем больше можно из нее извлечь точных предсказаний.

А. Франс

ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА ТА УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ

УДК 658.589

Рудика О. В.

ливості розробки та реалізації інноваційних проектів не враховуються.

ОРГАНІЗАЦІЯ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

This article deals with the innovation potential and its development at an enterprise. The planning and designing organization developing the projects for metallurgic industrial enterprises is taken as an example. The criteria of readiness for creating the innovational product are developed.

Розвиток інноваційного потенціалу підприємства є розвитком системи факторів та умов, необхідних для здійснення інноваційного потенціалу.

Звернемося до схеми рис. 1 [2]. У лівій частині знаходяться дві складові процесу інноваційного розвитку — реалізація інноваційних проектів та розвиток інноваційного потенціалу. Звідси витікає конкретна задача заміру вихідних параметрів інноваційного потенціалу, визначення його місця в загальному потенціалі підприємства, навчального закладу, органу управління і т. ін.

Недооцінка такого підходу призведе до того, що за характеристики інноваційного потенціалу часто видаються показники, які відносяться до науково-технічного, виробничо-технологічного, кадрового чи інших компонентів загального потенціалу підприємства. У таких випадках власне інноваційний потенціал підприємства не розрізняється, не заміряється та, як наслідок, цілеспрямовано не розвивається, а в підсумку не досягається кінцевий результат — приріст нових конкурентоспроможних товарів та послуг [2]. Ще однією проблемою є спроба використання показників розрахунку інвестиційних проектів до інноваційних. При такому підході головна увага привернута до питань оцінки ефективності проектів з точки зору їх відбору для фінансування, й деякі суттєві особ-

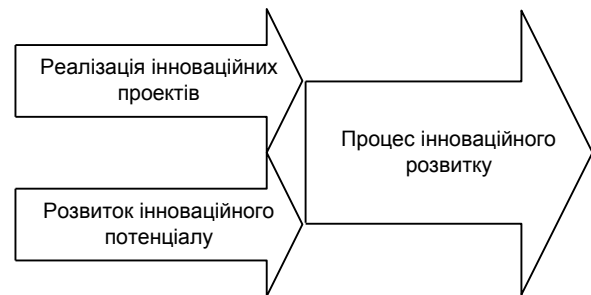


Рис. 1. Інноваційний розвиток

На рис. 2 [2] зображено загальний потенціал підприємства та його головні складові — виробничо-технологічний, науково-технічний, фінансово-економічний, кадровий та власне інноваційний потенціал, який представляє собою ніби ядро всього потенціалу, органічно входячи до кожної його частини.

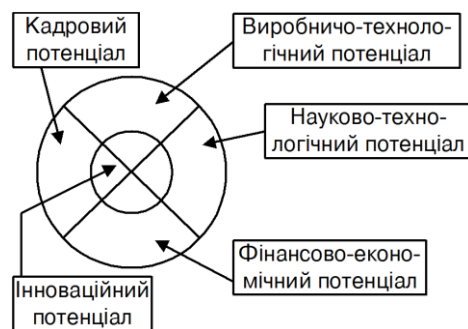


Рис. 2. Загальний потенціал підприємства

Безумовно, між частками загального потенціалу існують більш складні діалектичні зв'язки, але безперечно те, що інноваційний потенціал визначає завершуючу частину виробничого циклу та його реальні пропускі можливості, що суттєво відображається на кінцевому результаті [2].

Івашенко Н. П. [1, с. 25 – 27] запропонував поняття "виробничо-економічна система інноваційного

типу", яке відображає нові системні властивості господарчих промислових структур інноваційного типу в умовах ринкового господарства. Виробничо-економічні системи інноваційного типу — це переважно крупні самостійні господарчі одиниці — об'єднання, корпорації, концерни та інші господарчі структури, що базуються на прогресивних технологіях сучасного технологічного укладу, які реалізують інноваційний тип розвитку та спираються, перш за все, на власний науково-дослідний, виробничий, кадровий та фінансовий потенціал. Основні якості такої системи наведені на рис. 3.

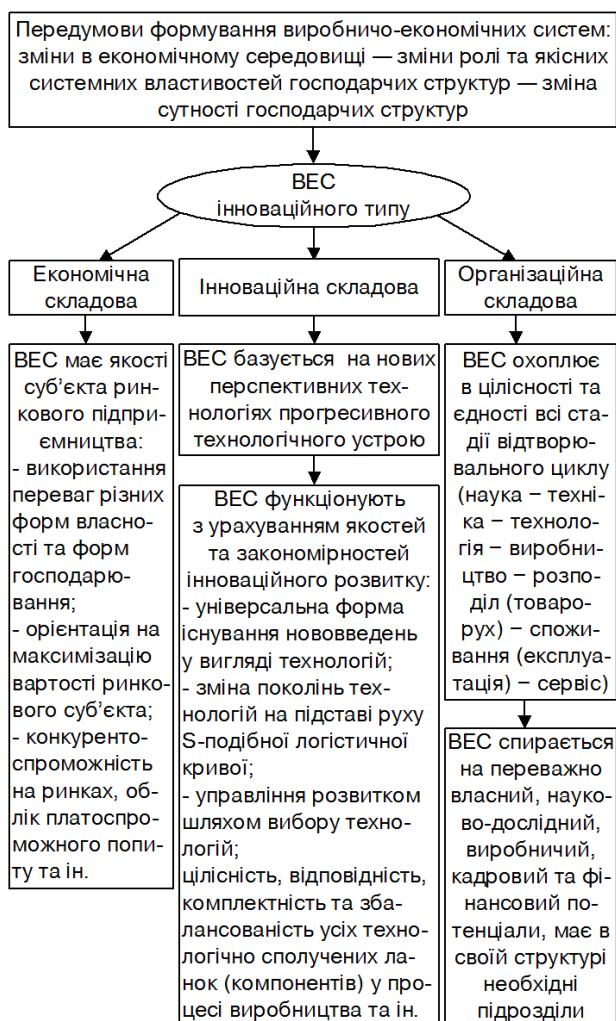


Рис. 3. Основні якості виробничо-економічних систем інноваційного типу

Це визначення підтверджує думку про те, що створення інновацій можливе за умови співпраці науки, виробництва та фінансового сектора. Тому автор пропонує розглядати підприємство як господарчу систему, що поєднує в собі ці три складові.

На рис. 4 запропонована нелінійна модель створення інновації в економіці знань, яка враховує повний відтворювальний (виробничий) цикл. Це систе-

ма створення та розповсюдження інновації, що включає всіх трьох учасників ринку: підприємство, постачальника, споживача.

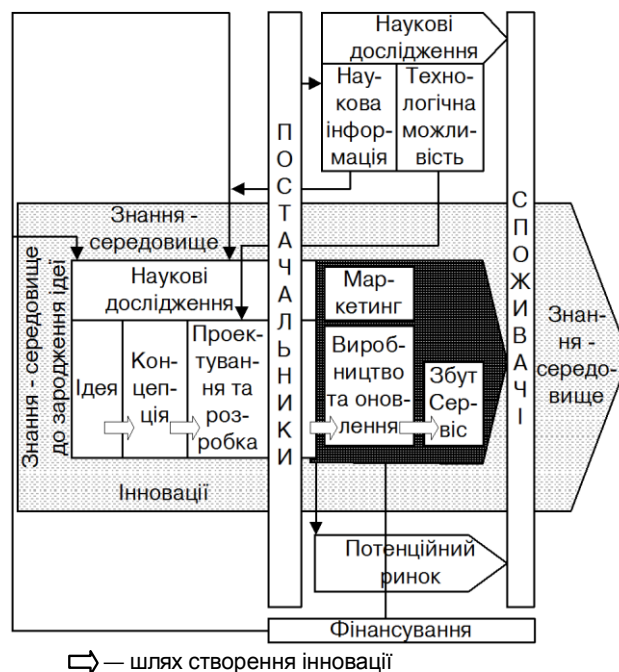


Рис. 4. Нелінійна інтегрована модель створення інновації в економіці знань

У процесі створення інновації використовуються знання вже існуючі та з'являються нові, що потім розповсюджуються. Якщо на процес створення інновації наложити "сітку" знань, то ось що ми можемо побачити. Існує знання – середовище до зародження ідеї створення інновації. Потім з'являється ідея, за нею концепція та проектування. Ці три блоки — це сфера формування нового знання. Нова ідея виникає на підставі вже існуючих раніше знань та обробки наукової інформації, яка витікає з попередніх наукових досліджень, її можуть надавати також постачальники. Далі розробляється концепція створення нового товару.

За нею виконується проектування, яке, в свою чергу, враховує технологічну можливість. Наступні стадії — розробка, виробництво, збут, сервіс — це частково нове знання (знання, що розширюється). Вже починаючи з стадії розробки, починається маркетингова діяльність, вивчення ринку та формування попиту на новий продукт, тобто створення потреби. Коли споживачі отримали новий продукт, знов утворюється нове знання – середовище, в якому буде зароджуватися нова ідея.

Підприємство — виробник інновації — взаємодіє з постачальником та споживачем. Розглянемо більш детально кожного з них.

Алгоритм відображає шлях створення інновації за умови, що підприємство забезпечене кадрами, інформацією, фінансами та науково-дослідним підрозділом.

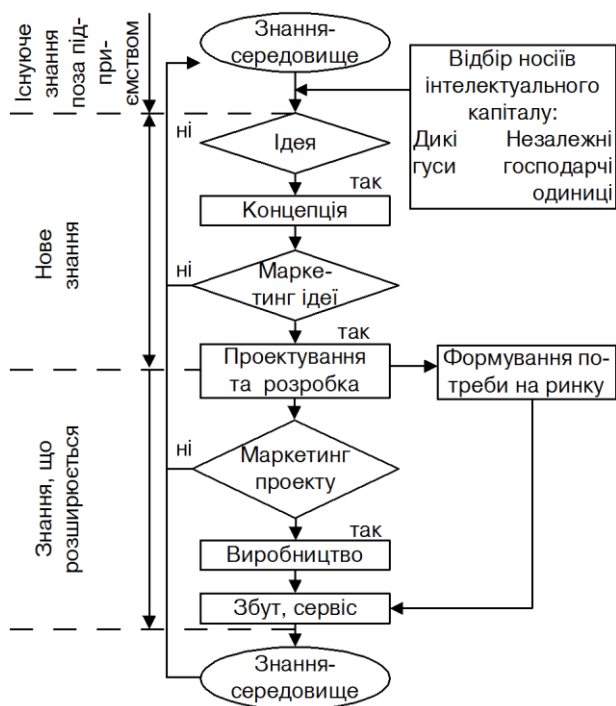


Рис. 5. Алгоритм створення інновації при умові забезпеченості підприємства власним загальним потенціалом

Якщо підприємству бракує одного з компонентів для створення інновації, то воно буде співпрацювати з постачальником. Ця співпраця відбувається на основі укладання угод про співпрацю, створення концернів, корпорацій та інших господарських структур. На рис. 6 відображено, хто із зовнішнього середовища може виступати постачальником.



Рис. 6. Постачальники для підприємства

Сфера освіти та науки виступає як постачальник кадрів та наукової інформації. Наукові лабораторії здійснюють розробку нового продукту. Інші підприємства здатні поставляти комплектуючі та здійснювати технологічну підтримку. У незалежних спеціалістів можна отримати консультацію чи запросити їх до розробки конкретного проекту. Рекламні організації впроваджують новий товар на ринок. Банківська сфера здійснює фінансову підтримку.

Споживачі готового інноваційного продукту, в свою чергу, його купують та формують потребу в новій інновації. Зв'язок між підприємством-виробником та споживачем взаємозворотній. Підприємство-виробник на стадії проектування формує на ринку потребу

в даному товарі, а споживач після покупки нового товару також здатен продиктувати свої нові умови.

Розглянемо як працює ця схема на прикладі проектно-організації (рис. 7), що займається розробкою проектів для промислового металургійного підприємства.

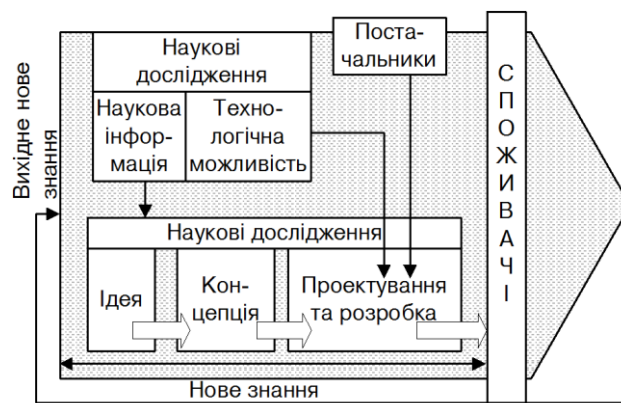


Рис. 7. Нелінійна інтегрована модель створення інновації (проекту) у проектній організації

Вихідним і головним параметром є нове знання, яке утворюється в результаті розробки різних проектів. Людина є носієм цього знання. Для розробки нового проекту (інноваційного продукту) необхідна нова психологія організації виробництва, основними принципами якої повинні бути наступні:

1. Знання є товаром.
2. Люди на підприємстві складають людський капітал.
3. Знання людей (співробітників) складають інтелектуальний капітал підприємства.
4. Для вирішення інноваційних завдань (проектів) потрібне створення команди, яка включає спеціалістів усіх стадій розробки і руху продукції.
5. Наукова фільтрація можливостей практичного використання ідеї на даному підприємстві.
6. Рухомість співробітників у середині підприємства.
7. Співпраця і соціальне партнерство з іншими підприємствами та спеціалістами.
8. Налагоджений обмін інформацією між структурними підрозділами, створення бази знань чи інформаційної бази на підприємстві.

Якщо ці критерії враховуються, то на виході утворюється знання-середовище, яке породжує нове знання, і це означає, що інноваційний потенціал підприємства розвивається позитивно.

Металургійне промислове підприємство в даному випадку є споживачем для проектно-організації (рис. 8).

У разі позитивного розвитку інноваційного потенціалу на цьому підприємстві нове знання розширюється, споживачі отримують інноваційний продукт та формують на ринку потребу в новому продукті. Після появи нової потреби металургійне підприємство замовляє розробку нового проекту проектно-організації.

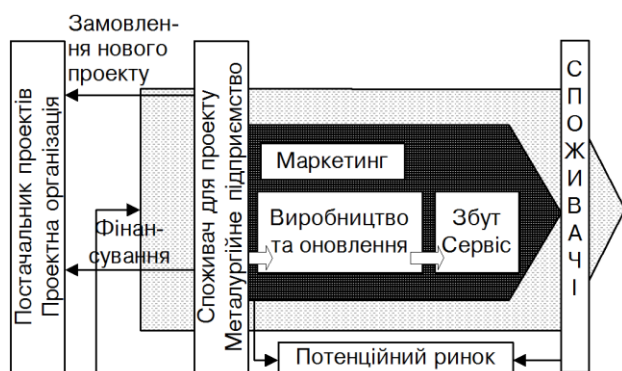


Рис. 8. Нелінійна інтегрована модель створення інновації (проекту) на металургійному підприємстві

Ця система створення інноваційного продукту показує, що розвиток інноваційного потенціалу підприємства здійснюється під впливом як зовнішніх, так і внутрішніх факторів.

У висновку можна сказати, що якщо підприємство прагне виробляти конкурентоспроможні інноваційні продукти, то його інноваційний потенціал буде позитивно розвиватися.

Література: 1. Иващенко Н. П. Производственно-экономические системы в промышленности России (трансформация, формирование, развитие). — М.: Экономический факультет, ТЕИС, 2000. — С. 25 – 27. 2. Николаев А. Инновационное развитие и инновационная культура. http://www.ptpu.ru/issues/5_01/9_5_01.htm.

Стаття надійшла до редакції
29.06.2004 р.

УДК 658.310.8.012.32

**Гриньова В. М.,
Зайцева О. Ю.**

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ

The article is devoted to urgent socio economic aspects of personnel management at an enterprise. Personnel management can synthesize economic, social and psychological methodologies for creating absolutely new attitude to a person. The development of labour potential of a person leading to socio economic effectiveness of personnel management system could become one of these directions. The difficulty of forming the effective system is that every person is individuality with one's own character.

В Україні в силу історичних та економічних умов, що склалися, тільки з введенням ринкових відносин

виникає необхідність визначити місце, роль та значимість кожної людської особистості, досліджувати нереалізовані можливості людини. З цієї позиції управління персоналом може синтезувати в собі підходи економічних, психологічних та соціальних методологій для створення якісно нового підходу до людини.

Одним із таких напрямків може стати розвиток трудового потенціалу людини, який призводить до соціально-економічної ефективності системи управління персоналом.

Для поняття економічної, соціальної та соціально-економічної ефективностей необхідно визначитись, у рамках яких наук розглядається те або інше поняття, які цілі та задачі при цьому ставляться.

Поняття економічної ефективності як співвідношення результату (ефекту) та витрат на його досягнення давно використовується вітчизняною теорією та практикою. В більшості випадків у економічному аналізі під ефектом розглядаються фінансові або матеріальні результати. Соціальний ефект в результаті господарської діяльності або здійснення інноваційного проекту, якщо й визначався, то на рівні колективу (суспільства), наприклад, як покращення соціально-психологічного клімату в колективі, зміна кількості робочих місць в регіоні, покращення житлових та комунальних послуг, зміна структури виробничого персоналу, зміна рівня здоров'я робітників, економія вільного часу населення та ін. Соціальний ефект на рівні окремої особистості практично в нашій країні не розглядався.

Тому мета статті полягає в теоретичному узагальненні формування та розвитку трудового потенціалу підприємства як сукупності індивідуальних трудових потенціалів робітників, які складають це підприємство. Саме зараз ці питання і мають стати об'єктом уваги, оскільки трудовий потенціал персоналу обумовлює її приховані резерви, які можуть вивести країну з кризи.

Поняття трудового потенціалу робітника зустрічаються практично у всіх дослідників у галузі управління персоналом. Однак переважно всі визначення носять загальний та розмитий характер. Частіш за все визначають трудовий потенціал робітника як його можливу трудову дієспроможність, його ресурсні можливості в праці.

Однією з важливих є **модель людини**, прийнята в економічному аналізі. В. С. Автономов [1] відзначає, що людина відображається в дзеркалі економічної теорії двоюко: по-перше, як об'єкт вивчення економічної науки: робітник, споживач, підприємець (у радянській та пострадянській економічній літературі людина-робітник розглядалися як носій виробничої сили — "людський фактор"); по-друге, як наукова абстракція, яка є інструментом дослідження, елемент методу економічної теорії.

Використання моделі "економічної людини" обумовлюється її властивостями. Економічна людина характеризується відносною незмінністю своїх бажань, способу обробки навколишньої інформації та способу формування очікувань.