

Молодоженя М. С.

к.е.н., ст. викладач

Київський національний торговельно-економічний університет

**КЛЮЧОВІ АСПЕКТИ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ
РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЮ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ**

У статті розроблено теоретико-методологічні та прикладні засади управління результативністю інноваційної діяльності підприємств торгівлі. Запропоновано комплексний науковий підхід до побудови теоретичних засад методології управління інноваційною діяльністю, інноваційна складова якого базується на використанні модульного підходу до реалізації цілей інноваційної діяльності підприємства.

Ключові слова: інноваційна діяльність підприємств торгівлі, результативність інноваційної діяльності підприємств торгівлі, управління результативністю.

Постановка проблеми. В умовах переходу України до інноваційної моделі економічного розвитку одним із основних чинників його реалізації є забезпечення належного управління інноваційною діяльністю на всіх рівнях господарської системи, пошук шляхів підвищення її результативності у торгівлі зокрема. У статті приділяється увага таким функціям управління, як організація та контроль.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Детальний розгляд питань теорії та практики управління інноваційними процесами висвітлено у працях зарубіжних авторів: І. Ансоффа, Е. Брукінга, П. Друкера, Б. Карлофа, М. Кастельса, Ф. Котлера, М. Купера, Ж. Ламбена, Д. Ламберта, Т. Левітта та ін. Проблеми інноваційної діяльності досліджували вітчизняні науковці: В. Александрова, Ю. Бажал, Л. Безчасний, П. Беленький, Є. Бойко, В. Геєць, М. Герасимчук, Г. Добров,

О. Кузьмін, О. Лапко, І. Лукінова, Б. Малицький, В. Мунтіян, П. Перерва, Й. Петрович, Я. Побурко, І. Продіус, В. Соловійов, Н. Чухрай та інші відомі вчені і практики. Проблемні аспекти здійснення інноваційної діяльності та управління її результативністю обумовлюють актуальність і вибір мети дослідження.

Метою наукової статті є розвиток теоретико-методологічних засад управління результативністю інноваційної діяльності підприємств торгівлі, розроблення методичних підходів та практичних рекомендацій щодо удосконалення процесу управління результативністю інноваційної діяльності підприємств торгівлі. Об'єктом дослідження є процес управління інноваційною діяльністю підприємств торгівлі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інноваційна діяльність підприємств торгівлі розглядається як цілеспрямована та системна діяльність щодо виявлення, формування та задоволення нових потреб, а також традиційних потреб шляхом створення, впровадження і поширення інновацій у торгівлі, що характеризують вартісну та організаційну зміну процесу обслуговування покупців та виробників з метою отримання корисного ефекту та забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

Слід уточнити поняття «результативність інноваційної діяльності підприємств торгівлі», під яким можна розуміти ступінь досягнення вимірюваних, взаємопов'язаних та чітко визначених у часі результатів діяльності щодо виявлення, формування та задоволення нових потреб, а також традиційних потреб виробників та споживачів шляхом створення, впровадження і поширення інновацій у торгівлі, що характеризують вартісну та сервісну зміну процесу обслуговування покупців та виробників з метою отримання корисного ефекту та забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

Управління результативністю інноваційної діяльності є активним, систематизованим процесом послідовного впливу на формування і

досягнення цілей інноваційної діяльності з метою зростання ринкової вартості підприємства та зміцнення конкурентних позицій.

Управління результативністю інноваційної діяльності підприємств торгівлі складається з трьох окремих модулів, що поєднуються в єдину систему, і визначаються як: модуль цілей інноваційної діяльності забезпечує визначення і формування цілей інноваційної діяльності посередництвом головної особливості управління по цілях – наявності ієрархії цілей всередині організації; модуль критеріїв та показників результатів інноваційної діяльності забезпечує відповідність результатів цілям інноваційної діяльності, ґрунтуючись на поняттях теорії управління за цілями, коли результат визначається як бажана ціль; модуль моніторингу та контролю результативності інноваційної діяльності, наділений функцією спостереження та діагностики відповідності результатів цілям [1].

Такий спосіб вирішення задач управління результативністю інноваційної діяльності підприємств торгівлі дає змогу: упорядкувати обмін інформацією між всіма рівнями менеджменту, оскільки система управління інноваційною діяльністю тісно взаємодіє з іншими системами підприємства; раціонально використовувати наявні ресурси; підвищити рівень координації дій; визначати цілі більш чітко та конкретно.

У процесі управління результативністю інноваційної діяльності виділено наступні критерії: за досягненням цілей споживачів, за досягненням цілей власників підприємства, за досягненням цілей персоналу підприємства, за критерієм використання ресурсного потенціалу, за критерієм досягнення цілей інноваційного менеджменту та бажаного фінансового стану, за критерієм забезпечення інформаційної безпеки підприємства.

Здійснена систематизація показників оцінки результативності інноваційної діяльності підприємств торгівлі за типами інновацій та відповідністю критеріям результативності, яку доповнено узагальнюючим

інтегральним показником, що дозволяє отримати інформацію для розрахунку фактичних значень результативності; ідентифікувати фактори, що впливають на результативність інноваційної діяльності підприємства; оцінити результативність інноваційної діяльності підприємства, враховуючи потреби всіх учасників інноваційної діяльності [2].

Керуючись теоретичними засадами управління результативністю інноваційної діяльності підприємств торгівлі, рекомендоване значення результативності інноваційної діяльності торговельного підприємства (*RID*), що є інтегральним показником, визначається за формулою:

$$RID = \sum_{i=1}^N K_i \cdot Z_i, \quad (1)$$

де K_i – функціональний показник результативності інноваційної діяльності торговельного підприємства;

Z_i – вектор витрат, пов'язаних із реалізацією заходів щодо забезпечення бажаного рівня i -го функціонального показника;

N – кількість показників, необхідних і достатніх для визначення *RID*.

Кортеж функціональних показників оцінки результативності інноваційної діяльності торговельного підприємства має вигляд:

$$K = \langle C, V, P, R, M, F, B \rangle, \quad (2)$$

де C – рівень задоволеності інтересів споживачів;

V – рівень задоволеності інтересів власників торговельного підприємства;

P – рівень задоволеності інтересів персоналу підприємства;

R – рівень розвитку ресурсної бази;

M – рівень інноваційного менеджменту торговельного підприємства;

F – рівень фінансового результату інноваційної діяльності торговельного підприємства;

B – рівень інформаційної безпеки інновацій.

Набір функціональних показників обирається з урахуванням специфіки діяльності підприємства і залежить від цілей і задач управління результативністю інноваційної діяльності торговельного підприємства.

Зміст модуля моніторингу та контролю результативності інноваційної діяльності, як складової процесу управління результативністю інноваційної діяльності, має на меті регулярне та систематичне збирання інформації для оцінки і контролю результативності інноваційної діяльності, постійного її регулювання та вдосконалення через прийняття відповідних управлінських рішень.

Вирішення завдань моніторингу та контролю результативності інноваційної діяльності за допомогою розроблених заходів дає можливість: визначити достатність результативності інноваційної діяльності підприємства для задоволення всіх зацікавлених сторін; оцінити відповідність результатів цілям інноваційної діяльності; отримати інформацію для розрахунку нормативних та планових значень результативності діяльності підприємства; визначити пріоритетну послідовність управління результативністю діяльності підприємства; розробити комплекс управлінських заходів у випадку необхідності корегування інноваційної діяльності підприємства внаслідок зміни умов функціонування.

Висновки. Таким чином, реалізація запропонованих положень стосовно інноваційної діяльності підприємств торгівлі, визначає чітку послідовність заходів, які забезпечують досягнення результатів, що відповідають цілям інноваційної діяльності.

Вирішення завдань процесу управління результативністю інноваційної діяльності дає можливість побудувати комплекс управлінських заходів щодо інноваційної діяльності підприємства; визначити пріоритетну послідовність етапів управління результативністю діяльності підприємства.

Список використаної літератури

1. Молодоженя М. С. Концептуальні засади управління результативністю інноваційної діяльності підприємств торгівлі / М. С. Молодоженя // Економічний простір: зб. наук. праць. – 2010. – №42. – Дніпропетровськ: ПДАБА, 2010. – 326с.
2. Молодоженя М. С. Критерії, що визначають результативність інноваційної діяльності підприємств торгівлі / М. С. Молодоженя // Вісник Чернівецького торг.-екон. ін-ту. – Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2010. – Вип. III (39). – 412с.

МОЛОДОЖЕНЯ М. С. КЛЮЧЕВЫЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬЮ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ТОРГОВЛИ

В статье разработаны теоретико-методологические и прикладные основы управления результативностью инновационной деятельности предприятий торговли. Предложен комплексный научный подход к построению теоретических положений методологии управления инновационной деятельностью, инновационная составляющая которого базируется на использовании модульного подхода к реализации целей инновационной деятельности предприятий.

Ключевые слова: инновационная деятельность предприятий торговли, результативность инновационной деятельности предприятий торговли, управление результативностью.

MOLODOZHENYA M. S. KEY ASPECT OF MANAGEMENT OF EFFECTIVENESS OF INNOVATION ACTIVITIES IN TRADE COMPANIES

The discloses actuality and necessity of management of effectiveness of innovation activities in trade companies are developed in this article. It proposes a comprehensive scientific approach to development of conceptual foundation of methodology of management of effectiveness of innovation activities. The innovation of the concept is based on implementation of modular approach to realization of objectives of innovation activities in trade companies.

Keywords: innovation activities in trade companies, effectiveness, management of effectiveness.