

УДК 338.24:330.341.1

Проф. О.Є. Кузьмін, д-р екон. наук;
здобувач М.П. Офік; здобувач А.М. Чушак-Голобородько;
здобувач О.Л. Коломієць – НУ "Львівська політехніка"

МІСЦЕ КООПЕРУВАННЯ В СИСТЕМІ КРЕАТИВНО-ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Уточнено об'єкти креативно-інноваційного розвитку, способи кооперування, послідовність етапів ідентифікування завдань креативно-інноваційного розвитку, які доцільно реалізовувати на засадах формування кооперативних відносин, а також конкретизовано параметри, які характеризують теперішній рівень креативно-інноваційного розвитку підприємства.

Постановка проблеми. В умовах ринкових перетворень, посилення конкуренції та активізування підприємництва креативно-інноваційний розвиток є однією з умов реалізації цілей підприємств. Забезпечення креативно-інноваційного розвитку неможливе без формування кооперативних відносин між суб'єктами підприємництва. На сьогодні теоретико-методичні основи кооперування у сфері креативно-інноваційного розвитку практично відсутні. З огляду на це, проблематичними є формування і реалізація раціональних управлінських рішень у цьому напрямку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Огляд і аналізування наукових праць за проблемою [1-9] показав, що більшість науковців приділяють увагу споживчому кооперуванню, кооперуванню у сфері виробництва, проте поза увагою залишають кооперування, яке стосується креативно-інноваційного розвитку.

Постановка цілей. Метою дослідження є уточнити об'єкти креативно-інноваційного розвитку, способи кооперування, послідовність етапів ідентифікування завдань креативно-інноваційного розвитку, які доцільно реалізовувати на засадах формування кооперативних відносин, а також конкретизувати параметри, які характеризують теперішній рівень креативно-інноваційного розвитку підприємства.

Виклад основного матеріалу. Система креативно-інноваційного розвитку підприємства – це одна із підсистем управління, функцією якої є формування креативно-інноваційного потенціалу організації і його практичне застосування на засадах активізування креативної активності працівників, впровадження сучасних технологій, пошуку нетрадиційних шляхів вирішення виробничо-господарських проблем, покращання властивостей існуючої і створення нової продукції. Складовими елементами системи креативно-інноваційного розвитку, як і будь-якої іншої системи управління на підприємстві, є: цілі, суб'єкти і об'єкти, технології і методи, управлінські рішення, інформація та комунікації. Одним із елементів цієї системи, який чітко відрізняє її від інших систем, є об'єкти креативно-інноваційного розвитку (рис. 1).

Усі, без винятку, інновації, які впроваджуються на підприємствах стосуються одного із виділених нами об'єктів креативно-інноваційного розвитку, а саме систем управління підприємством, технологій виробництва і управління, ресурсів або готової продукції. Л. Топоровська зазначає, що, незалежно від того, якого саме об'єкта стосуються інновації, у більшості випадків

вони спрямовуються на зниження виробничих та інших витрат, підвищення якості готової продукції або створення нових продуктів [4]. З цього приводу інші дослідники, зокрема Д. Зінкевич, Н. Тувакова, Ю. Малиновський, Ю. Кулик, Л. Мельник стверджують, що більшість об'єктів креативно-інноваційного розвитку підприємства взаємопов'язані. Так, на практиці, створення інноваційного продукту на основі використання традиційних технологій є великою рідкістю.



Рис. 1. Об'єкти креативно-інноваційного розвитку

Часто неможливим є використати традиційну технологію виробництва і в умовах заміни раніше використовуваних сировини і матеріалів на нові, які мають інші властивості і параметри якості. До взаємопов'язаних належать також такі об'єкти інноваційного розвитку як системи управління підприємством і технології виробництва та управління. Взаємозв'язки між цими об'єктами набувають найбільшої прозорості тоді, коли інновації спрямовані на зниження витрат і використання резервів підвищення прибутковості вкладення коштів у інноваційну діяльність [6-8].

Проведені дослідження дають змогу стверджувати, що у вітчизняній і світовій практиці креативно-інноваційний розвиток промислових, зокрема машинобудівних підприємств є наслідком їхньої співпраці із іншими організаціями. З огляду на те, що креативно-інноваційна діяльність є інтелектуальною, високозатратною і ризиковою, жодне підприємство нездатне досягати високих результатів креативно-інноваційного розвитку виключно за рахунок власних ресурсів. З огляду на це, співпраця (кооперування) машинобудівних підприємств з іншими організаціями є однією з основних умов креативно-інноваційного розвитку будь-якого об'єкта.

Аналізування матеріалів досліджених машинобудівних показало, що найпоширенішими предметами кооперування є: створення замкнутого виробничого циклу від видобутку сировини до збуту готової продукції кінцевому споживачу; створення нових технологій і зразків інноваційної продукції; інженерний і технологічний супровід впровадження нової технології і виробництва наукомісткої продукції; формування оптимальних логістичних систем і сертифікованих центрів сервісного і гарантійного обслуговування споживачів готової продукції; поширення інформації про пропозицію, які створює машинобудівне підприємство і його попит на конкретні види ресурсів і технологій; співучасть у фінансуванні інноваційних проектів; забезпечення зрос-

тання ринкової вартості підприємства за рахунок централізованого управління їхніми корпоративними цінними паперами тощо.

На рис. 2 наведено способи кооперування, які застосовують суб'єкти кооперування задля реалізації цілей креативно-інноваційного розвитку. Як бачимо, до них належать: кооперування на умовах укладання договору, кооперування на умовах формування статуту, а також стихійне кооперування. Перший з наведених способів найпоширеніший, оскільки він дає змогу найбільш демократично підійти до узгодження інтересів суб'єктів кооперування. До договірних форм кооперування належать асоціації, картелі, кластери, пулу, синдикати, стратегічні альянси, франчайзингові системи, конгломерати, чисті холдинги (холдинги, які створюються за взаємною згодою кількох корпорацій з метою управління їх контрольними пакетами акцій).

Достатньо поширеним є також кооперування на умовах формування статуту. Завдяки застосуванню цього способу співпраці утворюються корпорації, концерни, консорціуми і кооперативи, тобто організації, учасники яких втрачають юридичну незалежність задля отримання нових можливостей з інноваційного розвитку.

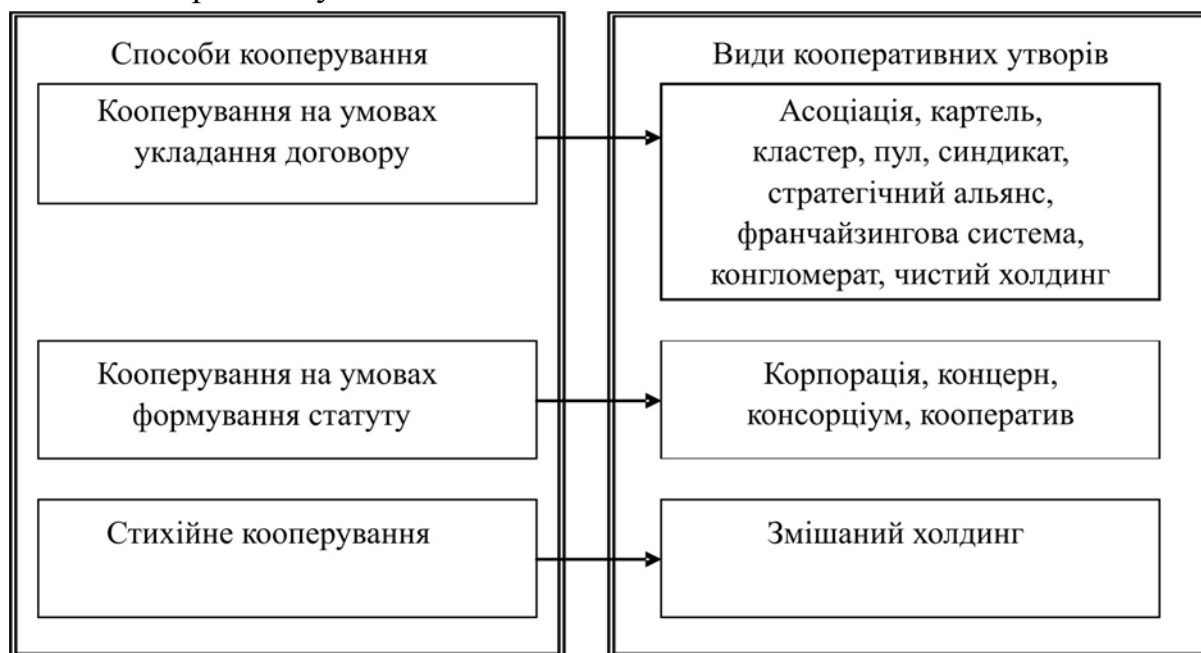


Рис. 2. Способи кооперування

Щодо стихійного кооперування, то до нього доцільно віднести формування змішаних холдингів (організації, які стали материнськими компаніями інших підприємств без їхньої на це згоди). На відміну від чистих, змішані холдинги, окрім управління пакетами акцій, займаються ще й іншими видами підприємницької діяльності, наприклад виробництвом готової продукції, торгівлею, транспортними перевезеннями, кредитно-фінансовою діяльністю тощо. Змішані холдинги типові як материнські компанії сучасних концернів, організаційно пов'язаних між собою підприємств і конгломератів-концернів, які характеризуються значною диверсифікацією [9]. Фахівці стверджують, що на практиці досить важко ідентифікувати чистий холдинг, оскільки він може формуватись через низку посередницьких юридично незалежних фінансових компаній, які взаємодіють на засадах джентльменських домовле-

ностей. Най-реальніше виявити змішані холдинги тоді, коли вони починають втручатись в управління дочірніми компаніями, зокрема шляхом введення своїх членів правління, призначення директорів, наданням вказівок щодо цільового використання прибутків тощо. Керівники досліджених машинобудівних підприємств вказують на те, що для дочірніх компаній змішаних холдингів в таких умовах часто немає сенсу зберігати юридичну незалежність, тому вони схильні до вступу у різноманітні статутні об'єднання.

На рис. 3 наведено послідовність етапів ідентифікування завдань креативно-інноваційного розвитку, які доцільно реалізовувати на засадах формування кооперативних відносин.

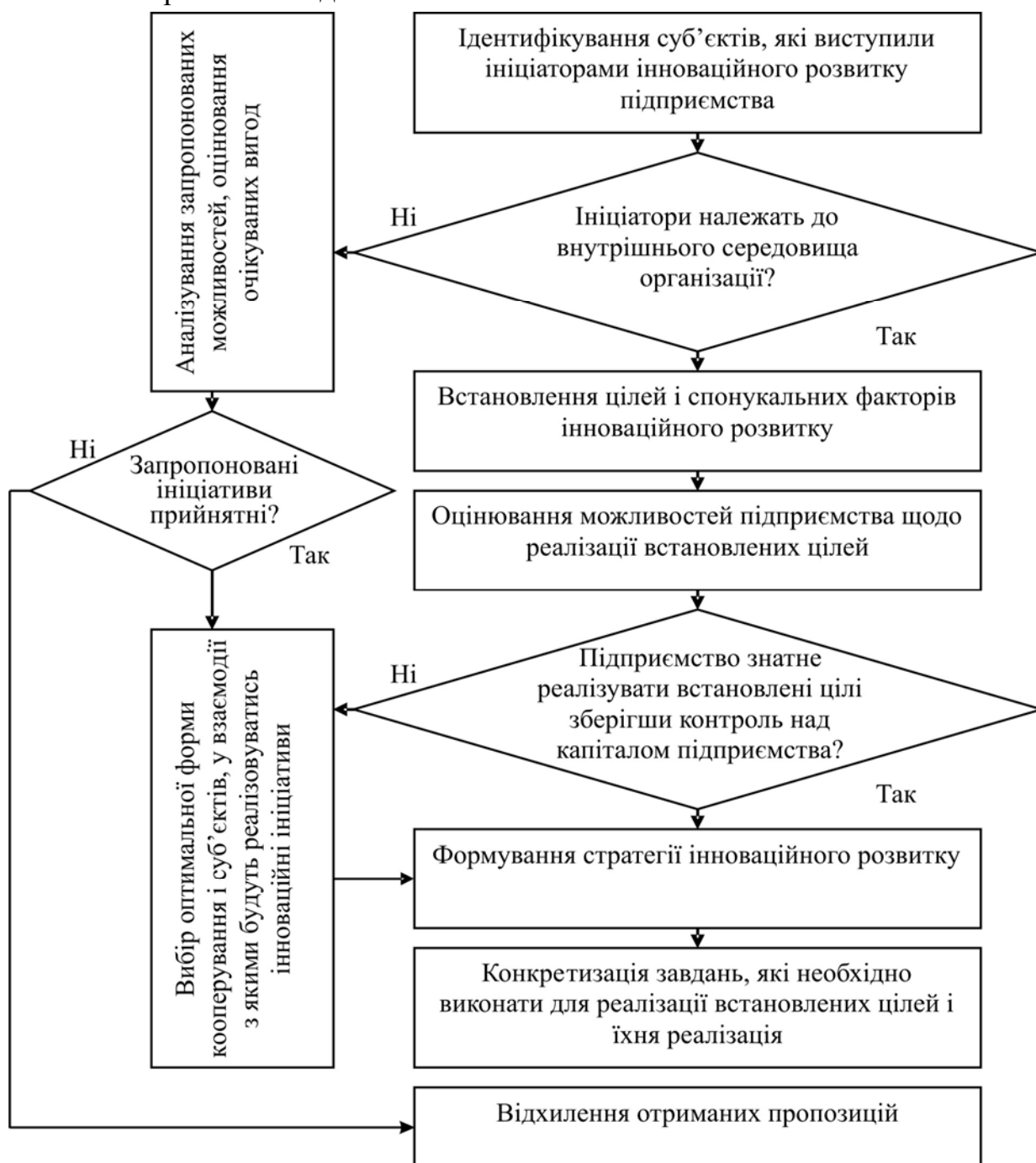


Рис. 3. Послідовність етапів ідентифікування завдань креативно-інноваційного розвитку, які доцільно реалізовувати на засадах формування кооперативних відносин

Важливим аспектом наведеної послідовності є виявлення джерела виникнення ініціатив щодо реалізації інновацій. Ініціатор змін, зазвичай, займає активну позицію у реалізації встановлених цілей і здатен, на початковій фазі співпраці, запропонувати значно ширший перелік можливих рішень, ніж його потенційний партнер. Це пов'язано з тим, що в процесі представлення так званої "демоверсії" рішення його ініціатор більш інформований про причинно-наслідкові зв'язки між факторами, які потребують прийняття рішення, сутністю рішення, особливостями його реалізації і наслідками ініціативи. Якщо ініціатива змін виходить із зовнішнього середовища організації, то власники і керівники підприємства оцінюють прийнятність ініціатив і відхиляють або приймають їх. У випадку прийнятності ініціатив підприємству доцільно обрати оптимальні форми кооперування, а також суб'єкти, з якими буде реалізовувати інноваційні ініціативи.

Наступним кроком є вироблення стратегії креативно-інноваційного розвитку, конкретизація завдань, які необхідно виконати для реалізації встановлених цілей і їхня реалізація. Ініціатива щодо креативно-інноваційного розвитку організації може виходити також із внутрішнього середовища, тобто від власників і суб'єктів управління підприємством. Цей варіант потребує виявлення спонукальних факторів, які зумовили ініціативи змін і, на основі цього, конкретизацію цілей інноваційного розвитку.

Після встановлення цілей потрібно оцінити можливості підприємства щодо їхньої реалізації в умовах збереження контролю над капіталом підприємства. Якщо можливості організації прийнятні для реалізації встановлених цілей, то керівники організації формують стратегію інноваційного розвитку, конкретизують і реалізують завдання, які необхідно виконати для реалізації встановлених цілей. Нездатність організації реалізувати встановлені цілі власними силами потребує напередодні формування стратегії обрати оптимальні форми кооперування, а також суб'єкти, з якими вона буде реалізовувати інноваційні ініціативи.

Прийняття рішення про доцільність кооперування в системі інноваційного розвитку машинобудівного підприємства доцільно приймати на основі оцінювання очікуваних змін. Внаслідок узагальнення огляду літературних джерел [1-9], ми виділили характеристики креативно-інноваційного розвитку машинобудівного підприємства, на основі яких доцільно оцінювати його рівень (рис. 4), а також здійснили аналіз змін на кількох машинобудівних підприємствах, які виступали суб'єктами кооперування (ВАТ "МЗТМ", ВАТ "Азовобшемаш", ВАТ "ГСКТІ", ВАТ "Маріупольський термічний завод" і ВАТ НДІ "Перетворювач"). Коротку характеристику цих підприємств наведено у додатку А. Дослідження показало, що протягом 2005-2009 рр. в середньому у середовищі досліджуваних підприємств вартість інноваційного устаткування у загальній вартості використовуваного устаткування зросла на 12,6 %, кількість отриманих підприємствами патентів на винаходи і розробки на 10,4 %, рівень опору працівників змінам на 26,22 %, частка реалізованих інноваційних ідей у загальному обсязі висунутих на 36,2 %, частка інноваційної продукції у загальному обсязі продукції, яку виробляють під-

приємства, – на 11,7 %, частка інноваційних матеріалів і сировини у загальному обсязі використовуваних матеріалів і сировини – на 7,8 %, частка витрат на розвиток інноваційної діяльності у загальному обсязі витрат підприємства – на 0,02 %, рівень інтелектуаломісткості продукції підприємств – на 28,9 %.



Рис. 4. Характеристики креативно-інноваційного розвитку машинобудівного підприємства

Доцільно відзначити, що треба розрізняти очікуваний рівень інноваційного розвитку і рівень ефективності кооперування. У виконаному дослідженні ефективність кооперування розглянуто як економічну, управлінську і маркетингову категорію, тобто рівень креативно-інноваційного розвитку суб'єктів кооперування є лише одним з аспектів ефективності кооперування.

Висновки. Креативно-інноваційний розвиток підприємства на усіх етапах реалізації інноваційних процесів потребує фінансового, виробничого та інших видів кооперування. Для забезпечення раціональності кооперування під час креативно-інноваційного розвитку підприємств потрібно чітко ідентифікувати інтереси суб'єктів кооперування і узгоджувати способи їх досягнення.

Перспективи подальших досліджень. Подальші дослідження доцільно здійснювати у напрямку побудови технологій досягнення беззбитковості участі суб'єктів кооперування у реалізації креативно-інноваційних проектів.

Література

1. **Зінкевич Д.К.** Сутність креативного менеджменту і результативність креативних рішень у сфері інвестиційної діяльності машинобудівних підприємств / С.В. Князь, Ю.О. Андріанов, Д.К. Зінкевич // Збірник наукових праць Львівського національного університету ім. Івана Франка. – Сер.: Формування ринкової економіки в Україні. – Львів. – 2009. – Вип. 19. – С. 290-299.
2. **Князь С.В.** Проблеми оцінювання і формування інвестиційного потенціалу машинобудівних підприємств : монографія / О.Є. Кузьмін, С.В. Князь, Ю.В. Андріанов. – Львів : Вид. дім "Укрпол", 2008. – 326 с.
3. **Князь С.В.** Трансферний потенціал інноваційного розвитку машинобудівних підприємств : монографія / С.В. Князь. – Львів : Вид-во НУ "Львівська політехніка", 2010. – 332 с.
4. **Кузьмін О.Є.** Інноваційні програми машинобудівних підприємств: креативні рішення і моделі їх трансферного забезпечення : монографія / О.Є. Кузьмін, С.В. Князь, Л.Й. Гнилянська, Д.К. Зінкевич. – Львів : Вид-во "СПОЛОМ", 2010. – 345 с.
5. **Кулик Ю.Р.** Креативні рішення щодо обрання пріоритетних напрямків розвитку бізнес-систем / С.В. Князь, Ю.Р. Кулик, Д.К. Зінкевич // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". – Сер.: Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – Львів. – 2009. – Вип. 640. – С. 298-304.
6. **Малиновський Ю.В.** Стратегія інноваційної діяльності машинобудівних підприємств: особливості формування, реалізації та оцінювання : монографія / О.Є. Кузьмін, С.В. Князь, Н.О. Шпак, Ю.В. Малиновський. – Львів : Вид. дім "Укрпол", 2009. – 198 с.
7. **Мельник Л.І.** Активізування інвестиційної та інноваційної діяльності підприємств : монографія / О.Є. Кузьмін, С.В. Князь, О.Й. Вівчар, Л.І. Мельник / за наук. ред. проф., д-ра екон. наук О.Є. Кузьміна. – Стрий : Вид. дім "Укрпол", 2005. – 250 с.
8. **Тувакова Н.В.** Інвестиційна та інноваційна діяльність : монографія / О.Є. Кузьмін, С.В. Князь, Н.В. Тувакова, А.Я. Кузнєцова / за наук. ред. проф., д-ра екон. наук О.Є. Кузьміна. – Львів : Вид-во ЛБІ НБУ, 2003. – 233 с.
9. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.agroua.net/economics/documents/category-138/doc-276/>.

***Кузьмін О.Є., Офік М.П., Чушак-Голобородько А.М., Коломиец О.Л.* Место кооперирования в системе креативно-инновационного развития предприятия**

Уточнены объекты креативно-инновационного развития, способы кооперирования, последовательность этапов идентифицирования заданий креативно-инновационного развития, которые целесообразно реализовывать на принципах формирования кооперативных отношений, а также конкретизированы параметры, которые характеризуют нынешний уровень креативно-инновационного развития предприятия.

***Kuz'min O.Ye., Ofik M.P., Chushak-Goloborod'ko A.M., Kolomiec' O.L.* Place of cooperation in system of creative and innovative development of enterprise**

The objects of creative and innovative development, methods of co-operation, sequence of the stages of authentication of tasks of creative and innovative development, which it is expedient to realize on principles of forming of co-operative relations, are specified in the article, and also parameters which characterize the present level of innovative for creative development of enterprise are specified.

УДК 338.12.017; 339.13+635.8

Доц. М.Ю. Барна, канд. екон. наук;

доц. Л.І. Решетило, канд. техн. наук – Львівська КА

КОН'ЮНКТУРА РИНКУ ГРИБНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Проаналізовано дані, які характеризують виробництво і споживання грибною продукції, визначено найвагоміших її виробників та перспективні напрями розвитку грибною індустрії