

ОПТИМАЛЬНЕ ФОРМУВАННЯ РЕСУРСНИХ ЗВ'ЯЗКІВ НА РИНКУ З МЕТОЮ АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Відомо, що активізація інноваційного розвитку промислового підприємства, окрім застосування прогресивних виробничих технологій, потребує постійного пошуку та реалізації новітніх управлінських рішень [1, С.124; 2, С.186-187]. У переліку таких рішень одне з провідних місць займають ті, що спрямовані на оптимізацію зв'язків з ринком матеріальних ресурсів. Особливістю їх обґрунтування є відсутність загальноприйнятого тлумачення оптимальності зв'язків, що, по-перше, призводить до підвищення суб'єктивності покладених в їх основу суджень; по-друге, знижує можливості отримання підприємством відповідних стратегічних та тактичних вигід; по-третє, значно утруднює вибір методів оцінки постачальників.

Як довели вітчизняні та зарубіжні автори [3, С. 6; 4; 5, С. 132-135], стратегічною перевагою підприємства у сфері формування ресурсних зв'язків на ринках виступає укріплення його конкурентної позиції, що відповідає маркетинговій концепції управління; тактичною перевагою є мінімізація витрат на закупівлю та переміщення сировини й матеріалів поряд з максимізацією пов'язаних з цим доходів, тобто, задоволення основних вимог логістичної концепції управління. Критеріями вибору оптимізуючих управлінських рішень, за нашими дослідженнями [6, с. 98], мають бути:

а) результативність рішень (РР) – забезпечення виконання так званих «восьми правил логістики»: випуск та постачання заданому споживачеві необхідної кількості потрібного продукту заздалегідь визначеної якості при збереженні прийнятного рівня витрат; з подальшою доставкою протягом обумовленого часу у потрібне місце з наданням персоналізованого сервісного обслуговування; б) ефективність рішень (ЕР) – максимізація операційних доходів підприємства з забезпеченням мінімізації відповідних витрат власних ресурсів та (або) досяжності додаткових джерел залучення ресурсів; за критерієм результативності означена вимога була сформульована як «збереження прийнятного рівня витрат»; в) адаптивність рішень (АР) – сприяння відкриттю нових перспективних можливостей розвитку підприємства відповідно до стратегічних пріоритетів його діяльності та змін ринкової кон'юнктури.

Оцінка найбільш уживаних методів селекції ресурсних зв'язків на відповідність за даним критерієм показала: 1) застосування методів оцінки потенційних партнерів на базі експертних оцінок [7] дозволяє вільно варіювати критерії, поєднуючи ознаки РР, ЕР та АР; однак, неминуча висока суб'єктивність отриманих результатів ставить під сумнів цінність цієї методики; 2) ABC та XYZ-аналіз [8] постачальників проводиться за ознаками значущості витрат на закупівлю ресурсів (це відповідає критерію ЕР) та стабільності ресурсних зв'язків (демонструє АР як потенційну готовність до змін умов постачання, оплати тощо). Виключне використання цих методів призводить до дискримінації постачальників низьковартісних ресурсів, або тих, що споживаються нерегулярно, без урахування реальної можливості подальшого розвитку без них підприємства-споживача; 3) метод ланцюга цінностей [9, С. 206-209] передбачає виділення основних вартісних складових та основних цінностей матеріальних ресурсів й готової продукції, отже, дозволяє застосувати критерії РР й ЕР; 4) метод функціонально-вартісного аналізу [10; 11] постачальників включає: а) уточнення ранжованих функцій постачальників (застосування критерію РР); б) визначення питомих логістичних витрат на одиницю отриманих ресурсів з побудовою та порівнянням вартості альтернатив (критерій ЕР).

Отже, будь-який відокремлений метод оцінки постачальників не забезпечує прийняття оптимального управлінського рішення стосовно їх вибору. Якісне забезпечення інноваційного розвитку підприємства потребує комплексного використання кількох методів.

1. Кобушко І.М. Шляхи покращення фінансування інноваційного розвитку в Україні з використанням міжнародного досвіду / І.М. Кобушко, Е.І. Гусейнова // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 2. – С. 124-127.
2. Пілявоз Т.М. Інноваційний розвиток підприємства як важливий аспект розвитку економіки / Т.М. Пілявоз // Інноваційна економіка. – 2012. – № 4. – С. 185-190.
3. Миротин Л.Б. Логистика: обслуживание потребителей: ученик / Л.Б. Миротин, И.Э. Ташбаев, А.Г. Касенов. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 190 с.
4. Афанасьева Н.В. Концепция и инструментарий эффективного предпринимательства / Н.В. Афанасьева, Г.Л. Багиев, Г. Лейдиг [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.marketing.spb.ru/read/m18/2.htm
5. Розумна Н.В. Актуальні питання маркетингу закупівель, планування потреби матеріальних ресурсів промислового підприємства / Н.В. Розумна // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 2. – С. 131-138.
6. Іванова К.В. Удосконалення управління інноваційним потенціалом промислових підприємств: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04. – Сєвєродонецьк, 2010. – 217 с.
7. Степанова О.В. Модель багатокритеріальної оцінки і вибору постачальника / О.В. Степанова, О.І. Горбач, В.А. Горбач [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.nbuv.gov.ua/portal/.../4Stepan.pdf
8. Берека І.В. Переваги ABC-XYZ аналізу в прийнятті управлінських рішень / І.В. Берека [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.economy-confer.com.ua/full_article/828/
9. Калда К.О. Логістичний підхід до формування ланцюгів створення цінності та вартості авіатранспортної продукції / К.О. Калда // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 1. – С. 206-211.
10. Функціонально-стоимостной анализ [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.cfin.ru/management/controlling/iso_abc.shtml
11. Функціонально-стоимостный анализ (ФСА) [Електронний ресурс] – Режим доступу: quality.eup.ru/MATERIAL4/fsa.html