

СУТНІСТЬ ВПЛИВУ ІНВЕСТУВАННЯ НА ТОВАРНУ ІННОВАЦІЙНУ ПОЛІТИКУ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

ТЕЛИШЕВСЬКА Л. І., КАЛІНІНА Т. О.

УДК 659.126.1

Телишевська Л. І., Калініна Т. О. Сутність впливу інвестування на товарну інноваційну політику сучасного підприємства

У статті розглянуто основні питання щодо термінологічного обґрунтування понять «товарна політика» і «товарна інноваційна політика», основні етапи розвитку товару, його взаємозв'язок з інноваційним розвитком і з процесом інвестування. Також розглянуто основні складові інвестування, що сприяють процесу формування стратегії розвитку товару для підприємства.

Ключові слова: товарна політика, товарна інноваційна політика, товар, інноваційний проект, інвестування, інноваційний розвиток.

Бібл.: 7.

Телишевська Лідія Іванівна – кандидат економічних наук, професор, кафедра фінансів та кредиту, Харківський національний університет будівництва та архітектури (вул. Сумська, 40, Харків, 61002, Україна)

Калініна Тамара Омелянівна – старший викладач, кафедра управління персоналом, Харківський національний економічний університет (пр. Леніна, 9а, Харків, 61166, Україна)

УДК 659.126.1

Телишевская Л. И., Калинина Т. Е. Сущность влияния инвестирования на товарную инновационную политику современного предприятия
В статье рассмотрены основные вопросы терминологического обоснования понятий «товарная политика» и «товарная инновационная политика», основные этапы развития товара, его взаимосвязь с инновационным развитием и с процессом инвестирования. Также рассмотрены основные составляющие инвестирования, способствующие процессу формирования стратегии развития товара на предприятии.

Ключевые слова: товарная политика, товарная инновационная политика, товар, инновационный проект, инвестирование, инновационное развитие.

Библ.: 7.

Телишевская Лидия Ивановна – кандидат экономических наук, профессор, кафедра финансов и кредита, Харьковский национальный университет строительства и архитектуры (ул. Сумская, 40, Харьков, 61002, Украина)

Калинина Тамара Емельяновна – старший преподаватель, кафедра управления персоналом, Харьковский национальный экономический университет (пр. Ленина, 9а, Харьков, 61166, Украина)

UDC 659.126.1

Telishevskaya L. I., Kalinina T. Y. The Essence of the Impact of Investing in Commodity Innovates Modern Enterprise

The article discusses the basic question of terminological reasoning concepts «product policy» and «commodity innovation policy», the main stages of its relationship with the product innovation and the process of investing. It is also described the main components of investment, contributing to the formation of product strategy for the company.

Key words: product policy, product innovation policy, product, innovative project, investment, innovation development.

Bibl.: 7.

Telishevskaya Lidiya I. – Candidate of Sciences (Economics), Professor, Department of Finance and Credit, Kharkiv National University of Construction Engineering and Architecture (vul. Sumska, 40, Kharkiv, 61002, Ukraine)

Kalinina Tamara Ye. – Senior Lecturer, Department of Personnel Management, Kharkiv National University of Economics (pr. Lenina, 9a, Kharkiv, 61166, Ukraine)

На ефективність функціонування підприємства впливає багато факторів, зокрема, маркетинг, що торкається всіх її аспектів. Маркетинг відноситься до першої стадії життєвого циклу підприємства і першої функції менеджменту. Незалежно від форми власності підприємство в ринкових умовах має почати саме зі стратегічного маркетингу, бо воно вимушене виробляти продукцію тільки ту, яка буде куплена, тобто його продукція повинна користуватися попитом і відповідати вимогам покупців. А це може бути встановлено і постійно уточнюватись лише у процесі безперервних маркетингових досліджень, розробки і формування товарної політики. Причому, стратегія товарної політики обов'язково повинна бути спрямованою на оновлення і розширення асортименту та підвищення конкурентоспроможності продукції, як основи забезпечення високої прибутковості виробництва, а значить, і успішної діяльності. Інакше може статись, що обрана товарна інноваційна політика зовсім не приведе до підвищення ефективності використання ресурсів підприємства, а, значить з позиції методологічних засад оцінки ефективності інвестування.

У сучасній економічній літературі велика увага приділяється питанням методології формування товарної політики та розвитку таких її складових, як конкурентоспроможність товару, асортиментна політика, життєвий цикл товарів, нові товари, товарна марка, бренд товару, його упаковка та сервісна підтримка. Значний внесок у розвиток цього внесли Ассель Генри, Балабанова Л. В., Войчак А. В., Гриньова В. М., Дихтль Е., Дойль П., Ілляшенко С. М., Кардаш В. Я., Корнеева І. В., Котлер Ф., Ламбен Ж-Ж., Томпсон М., Тротт М., Хершген Х., Хруцкий В. Є. та інші.

Метою роботи є дослідження сутності товарної інноваційної політики підприємства в сучасних умовах господарювання та вплив на неї процесу інвестування.

За результатами наукових опрацювань і практичним досвідом серед факторів, що впливають на формування та реалізацію товарної інноваційної політики, існують [8]: економічно-технологічні; політично-правові; соціально-психологічні та культурні; організаційно-управлінські.

Відповідно до загальноприйнятого роз'яснення трактування товарної політики, вона передбачає певну

схему дій або наявність у підприємства завчасно обдуманих принципів діяльності, завдяки яким забезпечувалась би спадкоємність і цілеспрямованість заходів з формування й управління асортиментом товарів. До вирішення завдань товарної політики на будь-якому господарському рівні необхідний стратегічний підхід, відповідно до якого здійснюється розробка товарної стратегії, тобто напрямів оптимізації товарної номенклатури і визначення асортименту товарів, найкращого для успішної роботи ринку й ефективної діяльності підприємства в цілому.

Загальне визначення товарної політики як сукупності засобів впливу на споживачів за допомогою товару надано В. Я. Кардашем [2].

На товарну політику як на комплекс заходів, у рамках яких один чи кілька товарів використовуються як основні інструменти виробничо-збутової діяльності підприємства, концентрує увагу А. В. Вовчак [8].

Н. Б. Ткаченко характеризує товарну політику «як систему дій підприємства для визначення місця товару на ринку, задоволення конкретного потенційного споживача товарами, широкої можливості їх вибору» не торкаючись при цьому вигід від наслідків її реалізації для підприємства [8].

Як інструмент управління асортиментом товарів уявляє собі товарну політику П. С. Зав'ялов: товарна політика припускає визначений набір дій або заздалегідь обдуманих методів і принципів діяльності, за допомогою яких забезпечується спадкоємність та цілеспрямованість заходів формування та управління асортиментом товарів.

С. М. Ілляшенко пов'язує поняття товарної політики не тільки з комплексом заходів спрямованих на орієнтацію виробництва на задоволення потреб і запитів споживачів, але і з отриманням на цій основі прибутку [1].

Л. В. Балабанова дає найбільш глибоке визначення: товарна політика – це маркетингова діяльність підприємства, яка пов'язана з реалізацією стратегічних і тактичних заходів щодо забезпечення конкурентоспроможності товарів і формування товарного портфеля з метою задоволення потреб споживачів та одержання прибутку. До цього визначення можна додати, що товарна політика, особливо на базі втілення інновацій, повинна забезпечувати не тільки отримання прибутку, але і особливо його приріст та підвищення рентабельності виробництва.

Для реалізації однієї з основних товарних стратегій – стратегії розширення (стратегії стандартизації товару) – достатньо почати виробляти відому асортиментну позицію, застосовувати певні інновації, необхідні для вдосконалення технології чи конструкції обладнання, діючого на цьому підприємстві виробництва, а може, навіть і його реконструкції з метою збільшення обсягу продажу їх підвищення рентабельності реалізованої продукції.

За думкою вчених, зокрема, Ф. Ніксона, інновація – це сукупність технічних, виробничих і комерційних заходів, що спричиняють появу на ринку нових товарів, удосконалених промислових процесів і устаткування [8].

Інноваційний розвиток є пріоритетним чинником конкурентоспроможності підприємств. Прибутковість виробництва продукції в першу чергу обумовлена її відповідністю за якістю та ціною вимогам споживачів.

У такому разі товарна політика підприємства стає інноваційною, бо реалізація стратегічних і тактичних заходів щодо підвищення конкурентоспроможності товарів і формування товарного портфеля здійснюється сукупністю методів і відносин з отримання результатів, які забезпечують ефективне використання інноваційного потенціалу на засадах науково-технічних, організаційних і соціально-економічних розробок з метою більш повного задоволення потреб споживачів, збільшенні прибутку і підвищення рентабельності витрат, ресурсів і в цілому доходу підприємства. Реалізація такої товарної політики буде значити рух підприємства у напрямку його ефективного розвитку.

Погодившись з наведеними визначеннями і думками з цього приводу інших провідних вчених цієї галузі та з урахуванням сучасної спрямованості товарної політики на інноваційний шлях, під товарною інноваційною політикою можна розуміти визначення, яке наводить В. Я. Кардаш [2], що це процес пошуку ідеї та створення нового товару з урахуванням потреб споживачів, вихід нового товару на ринок, спостереження за його поведінкою на ринку.

Промислова практика підтверджує, що відсутність мотивів інноваційної активності та ефективної інфраструктури інноваційної діяльності викликає скорочення числа інноваційно активних підприємств [3]. До того ж, на жаль, підприємства, які, розробивши достойну стратегічну товарну інноваційну політику, не знайшли можливість інвестування її реалізації, неспроможні випускати свою продукцію або взагалі перестають існувати.

Конкретно для умов підприємства важливо сформувати таку товарну інноваційну політику, яка б сприяла більш повному задоволенню потреб споживачів, незважаючи на мінливі умови.

Реалізація такої політики обов'язково буде сприяти розширенню асортименту продукції, а при збереженні наявного асортименту – підвищенню конкурентоспроможності виробленої продукції, значному збільшенню обсягу продажу і підвищенню рентабельності, незважаючи на можливі ризики. Інакше нема сенсу вкладати інвестиції у виробництво, яке не спроможне підвищити свій інноваційний потенціал.

Щоб майбутні вигоди насправді стали вищими за теперішні витрати, потрібно дотриматись прийнятних у світовій практиці методичних підходів до оцінювання ефективності інновацій.

В оцінці ефективності інвестування обов'язково повинен враховуватись (у коефіцієнті дисконтування) інфляційний ризик, тому що при високому рівні інфляції очікувані доходи за рахунок інвестування зменшаться швидше, ніж зростуть. Перебільшення позитивного впливу інвестування на товарну інноваційну політику підприємства матиме місце також за умов недостатнього врахування інноваційного ризику, який може проявитись у ситуації [4]:

а) при реалізації більш дешевого методу виробництва товару, ніж даний. Виробник буде отримувати надприбуток до тих пір, поки буде єдиним володарем нової технології. У цьому випадку існує лише один ризик – можливої невірної оцінки попиту на вироблену продукцію;

б) при створенні нового товару або послуги на старому обладнанні. У цьому разі до попереднього ризику (залежного попиту) може додатись ризик невідповідності якості товару (послуги) у зв'язку з використанням старого обладнання;

в) при виробництві нового товару чи послуги за новою технологією може проявитись, по-перше, ризик того, що новий товар не знайде покупця, по-друге, ризик невідповідності нового обладнання й технології необхідним вимогам для виробництва нового товару, і, по-третє, ризик неможливості продажу створеного обладнання, оскільки в разі невдачі воно не годиться для виробництва іншої продукції. Особливо це стосується апаратного процесу виробництва.

Отже, нововведення, що успішно пройшли стадію випробування й впровадження у виробництво, можуть бути не прийняті ринком, і їхнє виробництво повинно бути припинене. Є також випадки, коли проекти (товари), що дають обнадійливі результати на першій стадії розробки, при неясній ресурсній або техніко-технологічній перспективі в остаточному підсумку можуть бути закриті. Тож, на стадії первинної розробки варто приділити увагу саме критеріям успішності, а не деталям здійснення проекту. Отже, інноваційний проект повинен розвиватись в рамках необхідних і достатніх умов і раціональних обмежень, що й було показано вище.

Однією з головних причин сповільненого розвитку інноваційних процесів самі підприємці визначають низький рівень обсягів фінансових ресурсів, які спрямовуються в інноваційну сферу. Таким чином, важливим завданням є насамперед ефективний розподіл обмежених фінансових ресурсів, суть якого полягає у максимальній концентрації наявних коштів на важливих напрямках інноваційного розвитку. А модернізація української економіки на засадах інноваційного розвитку має забезпечуватись комплексним застосуванням усіх доступних джерел фінансування та запобіганням конфлікту між вирішенням стратегічних і поточних завдань економічного розвитку. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. Ілляшенко С. М. Товарна інноваційна політика : підручник / С. М. Ілляшенко, Ю. С. Шипуліна. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2007. – 281 с.
2. Кардаш В. Я. Товарна інноваційна політика : навч. посібник / В. Я. Кардаш. – К. : КНЕУ. – 1999. – 124 с.
3. Карпак В. В. Інновації як чинник конкурентоспроможності малого підприємства // Економіка і регіони. – 2008. – № 2. – С. 42 – 44.
4. Лапуста М. Г. Риски в предпринимательской деятельности / М. Г. Лапуста, Л. Г. Шаршунова. – М. : ИНФРА-М, 1998. – 224 с.
5. Фатхутдинов Р. А. Инновационный менеджмент : учебник / Р. А. Фатхутдинов. – М. : ВШ, 2000. – 624 с.
6. Федулова Л. В. Інноваційна економіка : підручник / Л. В. Федулова. – Київ : Либідь, 2006 – 478 с.
7. Холодний Г. О. Організаційно-економічний механізм реалізації товарної інноваційної політики : монографія / Г. О. Холодний, М. А. Борисенко. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2009. – 196 с.

УДК 330.341

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

ЧУМАК Л. Ф.

УДК 330.341

Чумак Л. Ф. Інноваційна діяльність підприємства в сучасних умовах

У статті розглядається еволюція понять «інновація» та «інноваційна діяльність». Аналізується сучасний стан впровадження інновацій у виробництво в Україні та визначаються причини і наслідки недостатньо активної інвестиційної діяльності підприємств.

Ключові слова: новація, інновація, інноваційна діяльність, інноваційний розвиток.

Рис.: 1. **Табл.:** 1. **Бібл.:** 11.

Чумак Лариса Федорівна – кандидат економічних наук, доцент, кафедра економіки та організації діяльності суб'єктів господарювання, Українська інженерно-педагогічна академія (вул. Університетська, 16, Харків, 61003, Україна)

E-mail: lara_c@rambler.ru

УДК 330.341

Чумак Л. Ф. Инновационная деятельность предприятия в современных условиях

В статье рассматривается эволюция понятий «инновация» и «инновационная деятельность». Анализируется современное состояние внедрения инноваций в производство в Украине и определяются причины и последствия недостаточно активной инвестиционной деятельности предприятий.

Ключевые слова: новація, інновація, інноваційна діяльність, інноваційне розвиток.

Рис.: 1. **Табл.:** 1. **Библ.:** 11.

Чумак Лариса Федоровна – кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономики и организации деятельности субъектов хозяйствования, Украинская инженерно-педагогическая академия (ул. Университетская, 16, Харьков, 61003, Украина)

E-mail: lara_c@rambler.ru

UDC 330.341

Chumak L. F. Innovative Activity of the Enterprise in Modern Conditions

In the article evolution of the concepts «innovation» and «innovative activity» is considered. The current state of introduction of innovations in production in Ukraine is analyzed and the reasons and consequences of insufficiently active investment involvement of the enterprises are defined.

Key words: innovation, innovative activity, innovative development

Pic.: 1. **Tabl.:** 1. **Bibl.:** 11.

Chumak Larisa F. – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Department of Economy and Organization of Activity of Subjects of Managing, Ukrainian Engineering and Pedagogical Academy (vul. Universytetska, 16, Kharkiv, 61003, Ukraine)

E-mail: lara_c@rambler.ru