

НАУКОВИЙ ВІСНИК

Мукачівського державного університету



№14(9) '2013

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ, МОЛОДІ ТА СПОРТУ УКРАЇНИ
МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**НАУКОВИЙ ВІСНИК
МУКАЧІВСЬКОГО ДЕРЖАВНОГО
УНІВЕРСИТЕТУ**

**ЖУРНАЛ НАУКОВИХ ПРАЦЬ
№ 14(9)'2013**

2013

Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України
Мукачівський державний університет

2013. Випуск № 14(9)
Видається з 2006 р.

Зміст

ПРИРОДНИЧІ І ТЕХНІЧНІ НАУКИ

<i>І.М. Троян, Ю.І. Фордзюн.</i> Вивчення механізму волого-масопереносу в системі «стопа – пакет матеріалів (взуття) - середовище».....	5
<i>Ю.Ю. Жигуц, В.Ф. Лазар.</i> Термітні середньолеговані теплостійкі і жароміцні сталі..	11
<i>М.І. Ігнатишин, С.С. Матвійчук.</i> Апроксимація контуру деталей одягу поліномами та лініями другого порядку.....	18
<i>М.І. Ігнатишин.</i> Оптимізація механічного гасника коливань.....	31

ГУМАНІТАРНІ І СУСПІЛЬНІ НАУКИ

<i>Т.Є. Біланинець.</i> Формування музично-виконавського мислення майбутнього педагога-музиканта.....	39
<i>О.М. Глагола.</i> Окремі аспекти застосування інтерактивних методів у процесі засвоєння педагогічних знань.....	45
<i>А. Грекул, Л.М. Микуланинець.</i> Комунікативні уміння педагога як складова його професійної компетентності.....	58
<i>К.Кардаш., В.І. Староста.</i> Інтерактивні технології навчання як категорія дидактики.....	64
<i>Н.В. Кудикіна, О.Ю. Гандера.</i> Формування професійного інтересу в контексті проблеми якості освіти майбутніх вихователів дошкільних навчальних закладів....	71
<i>Н.В. Кудикіна, Т.В. Бровді.</i> Ігрова діяльність в контексті дослідження проблеми логіко-математичного розвитку дітей дошкільного віку.....	77
<i>Н.В. Кудикіна, Л. Мікеш.</i> Погляди сучасних вітчизняних учених на ігрову діяльність дітей дошкільного віку.....	83
<i>І.І. Кушнір.</i> Розвиток маркетингової компетентності керівника вищого навчального закладу I-II рівнів акредитації у процесі підвищення кваліфікації.....	90
<i>Н.В. Лалак, О.В. Гутій.</i> Самоосвіта як рушійна сила активізації професійної діяльності майбутнього вчителя початкових класів.....	95
<i>Л.А. Пермінова.</i> Принцип неперервності як базовий для удосконалення маркетингової діяльності керівника навчального закладу у системі післядипломної освіти.....	100
<i>С.С. Русанюк, Л.М. Микуланинець.</i> Інтерпретація музики як чинник творчого самовиразу особистості педагога-музиканта.....	106
<i>Л. Фенчак, Н. Бучок.</i> Підготовка майбутніх вчителів до формування у молодших школярів навичок культури здоров'я.....	114

О.М. Хома, А.В. Перфілова. Педагогічні аспекти підготовки майбутніх учителів початкових класів до навчання першокласників каліграфічного письма.....	120
О.С. Юрков, Є.С. Оліферук. Особливості профорієнтаційної роботи зі старшокласниками (на прикладі вибору військової організації).....	125

ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ

С.І. Горонко, М.М. Мадяр. Податковий контроль за повнотою і правильністю сплати податків акціонерними товариствами.....	132
Т.О. Матьковська, В.Ф. Проскура. Оптимізація етапів аналізу ділової активності як один із шляхів підвищення ефективності діяльності підприємства.....	140
Т.І. Мацур, О.Е. Оксанич. Модернізація організації бухгалтерського обліку в державному секторі.....	148
М.-Н. М. Микита. Формування ринку туристичних послуг Закарпатської області....	155
В.П. Мусаткіна. Продуктивність операційної системи торговельного підприємства як об'єкт управління.....	163
А.Я. Паулик. Управління інноваційним розвитком торговельного підприємства.....	168
Н.А. Пінджоля. Оцінка інвестиційного клімату підприємств Карпатського регіону...	176
А.Г. Лизанець, О.О. Сузіков. Прогнозування рівня безробіття на регіональному ринку праці (за матеріалами Закарпатської області).....	186
М. Ю. Телінгер. Використання маркетингових стратегій в банківських установах в сучасній економічній ситуації.....	192
Г.В. Чередніченко. Економічна природа потенціалу підприємства та особливості його формування.....	200
І.М. Чучка, Г.Г. Білак. Перспективи розвитку та стратегічні завдання Карпатського Єврорегіону на регіональному рівні.....	207
Т.К. Шпеник. Розвиток сувенірної галузі як альтернатива зайнятості сільського населення, її роль в популяризації сільського (зеленого) туризму.....	217

In the article the analysis of different approaches of operating systems identification is represented; the problem of commercial enterprise operating system management is revealed. The necessity of evaluation of productivity of the commercial enterprise through the system of indicators is grounded.

Keywords: operating system, enterprise capacity, the point of profitability, minimal productivity of the operating system.

УДК 339.1

УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ТОРГІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

А.Я. ПАУЛИК

Мукачівський державний університет

Обґрунтування необхідності здійснення інноваційної діяльності на торговельних підприємствах та формування ефективної системи управління нею. Дослідження основних стратегій інноваційного розвитку підприємств торгівлі.

Ключові слова: інноваційний розвиток, функції управління інноваційною діяльністю, принципи управління інноваційною діяльністю торговельного підприємства, стратегія інноваційної діяльності підприємств торгівлі.

Інноваційне управління підприємством за своїм змістом представляє унікальну сферу діяльності: тут використовуються і взаємодіють знання зі сфери техніки, економіки та екології, соціальної психології та соціології, фундаментальних і прикладних наук, теорії і практики, виробництва та управління ним, стратегії і тактики. Саме розвиток стає можливим завдяки генію людської думки, нагромадженням капіталу і високоякісної продуктивної праці. Розвиток, будучи націленим на благо людини, збагачує працю і людську думку, розширює можливості накопичення капіталу завдяки підвищенню продуктивності і якості праці та створює умови для нового етапу розвитку, забезпечуючи його безперервність.

Об'єкти та методи дослідження

В.В. Іванов вивчав вплив національної інноваційної системи на розвиток підприємства. Впливу людського фактору на інноваційний розвиток присвятила свої дослідження Н.Ф. Вишнякова. Окремим питанням інноваційного розвитку складних соціо-економічних систем приділяли увагу А.Т. Каржауов та А.Н. Фолом'єв. Теоретичні аспекти системного моделювання інноваційного розвитку знайшли своє висвітлення у роботах Ю.А. Маленкова та Р. Нельсона. Вплив інтеграційних процесів на інноваційний розвиток сучасного підприємства присвятили свої дослідження К.И. Плетнев, П.П. Микитюк, С.М. Ілляшенко. Аналізу внутрішніх факторів інноваційного розвитку підприємства значну увагу приділяють К. Крістенсен і М. Рейном.

Постановка задачі

Метою статті є дослідження особливостей управління інноваційною діяльністю торговельного підприємства, обґрунтування вибору стратегії інноваційної діяльності, аналіз впливу інноваційної діяльності на ефективність діяльності торговельного підприємства.

Результати та їх обговорення

Розвиток сучасного підприємства – це процес систематичних динамічних перетворень, трансформацій його підсистем в межах встановлених підприємством

стратегічних цілей для забезпечення сталого інноваційного розвитку. Тому нагальною проблемою інноваційного розвитку є раціоналізація та інтеграція всіх процесів в системі управління підприємством. Це пояснюється, з одного боку, множиною багаторівневих цілей об'єктів і суб'єктів управління, які повинні мати високий рівень узгодженості, а з іншого, – складністю їх гармонізації. Вивченню проблем інноваційного розвитку підприємств присвячено достатньо наукових робіт зарубіжних та вітчизняних вчених.

В жорсткому конкурентному середовищі вітчизняні торгівельні підприємства можуть успішно діяти завдяки створенню механізму забезпечення стійкого стану на ринку, який можна створити за рахунок інноваційної діяльності. Інноваційний розвиток в торгівлі стає все більш актуальним та викликає необхідність формування концептуальних засад управління інноваційною діяльністю торговельного підприємства [4].

Основними причинами виникнення та поширення інновацій на торговельних підприємствах є:

- конкурентна боротьба;
- зростання попиту споживача;
- зростання технічного потенціалу;
- вирішення проблем, які можуть виникнути на підприємстві;
- поліпшення результатів у конкретній діяльності підприємства;
- забезпечення престижу підприємства.

Управління інноваційною діяльністю торговельного підприємства як система – це комплекс принципів, норм, правил, методів, прийомів, інструментів, зв'язків і економічних взаємовідносин у процесі здійснення торговельної діяльності, які регулюють різні сфери інноваційних процесів. Основною метою управління інноваційною діяльністю торговельного підприємства є забезпечення ефективного функціонування певного інноваційного процесу торговельної діяльності і як результат забезпечення стійкого конкурентного положення на ринку й одержання прибутку в довгостроковому періоді.

Управління інноваційною діяльністю торговельного підприємства має виконувати такі функції: аналіз зовнішнього середовища і прогнозування його подальшого розвитку, визначення інноваційного макро- і мікроклімату; аналіз внутрішнього середовища і визначення інноваційного потенціалу; виявлення напрямків та альтернатив інноваційного розвитку ринку і торговельного підприємства на ньому; вибір конкретного цільового сегменту ринку або функціональної ділянки підприємства для реалізації проекту (вибір виду інновації); аналіз і оцінка можливого ризику в процесі здійснення інноваційної діяльності; вибір найбільш пріоритетного варіанта інноваційного розвитку підприємства з розглянутих альтернатив; формування адекватної організаційної структури і команди реалізації інноваційного проекту; планування фінансово-економічної діяльності за умови реалізації інноваційного проекту в трьох варіантах (оптимістичний, реалістичний, песимістичний), а також вибір джерела фінансування інноваційної діяльності; контроль над реалізацією інноваційного проекту; оцінка та підготовка управлінських рішень про своєчасні корективи інноваційного проекту і складання нових, якщо буде потреба.

Основною метою управління інноваційною діяльністю торговельного підприємства є забезпечення ефективного функціонування певного інноваційного процесу торговельної

діяльності і забезпечення стійкого конкурентного положення на ринку й одержання прибутку в довгостроковому періоді. А безпосередньо цілі самої інноваційної діяльності можуть бути різними від задоволення нової потреби покупця до скорочення витрат і часу в процесі здійснення якого-небудь торговельного процесу. Але при цьому незалежно від мети інноваційної діяльності метою управління повинна бути досягнута ефективність [1].

Будь яка система управління повинна будуватися та здійснюватися на певних принципах. Так, для механізму управління інноваційним розвитком торговельного підприємства запропоновані наступні принципи: системність, комплексність, баланс інтересів суб'єктів інноваційного процесу, альтернативність варіантів розвитку, «розумна» орієнтація інновацій на задоволення запитів споживачів, «розумний ризик» ринкових позицій, орієнтація на інноваційний шлях розвитку, підтримка рівноваги між споживанням і відтворенням ресурсів, гнучке реагування, виправданість ризику.

Підприємство, що стало на інноваційний шлях розвитку, повинна функціонувати згідно з такими принципами:

- адаптивності – прагнення до підтримання певного балансу зовнішніх і внутрішніх можливостей розвитку (внутрішніх спонукальних мотивів діяльності господарюючого суб'єкта і зовнішніх, що генеруються ринковим середовищем);

- динамічності – динамічне приведення у відповідність цілей і спонукальних мотивів (стимулів) діяльності підприємства (у тому числі його власників, менеджерів, фахівців, працівників);

- самоорганізації – самостійне забезпечення підтримання умов функціонування, тобто підтримка обміну ресурсами (інформаційними, матеріальними, фінансовими) між елементами системи підприємства, а також між підприємством і зовнішнім середовищем;

- саморегуляції – коригування системи управління діяльністю підприємства відповідно до змін умов функціонування;

- саморозвитку – самостійне забезпечення умов тривалого виживання і розвитку підприємства (відповідно до його місії і прийнятої мотивації діяльності).

На торговельних підприємствах можна виділити наступні підсистеми, які беруть участь у розробці й реалізації інноваційної діяльності й безпосередньо впливають на неї:

- 1) мікро- і макросередовище - включає прямий і непрямий вплив зовнішніх факторів на мотивацію проведення інноваційної діяльності, вибір виду інновації й процес реалізації інноваційної діяльності (особливе значення мають споживачі й конкуренти, тому що інноваційна діяльність торговельного підприємства пов'язана із задоволенням нових потреб покупців і підвищенням конкурентоспроможності підприємства);

- 2) цільова підсистема - підсистема управління, у якій безпосередньо планується впровадити інновації;

- 3) забезпечуюча підсистема - підсистема управління, що задіяна для розробки й реалізації інноваційної діяльності торговельного підприємства;

- 4) взаємодіюча підсистема - підсистема управління, що включає всі процеси торговельного підприємства, незадіяні безпосередньо в реалізації інноваційної діяльності, але на які впливають її результати.

Дуже важливим елементом механізму управління інноваційною діяльністю

торговельного підприємства є стратегія, тобто комплекс послідовних заходів, спрямованих на досягнення поставленої мети. Тобто стратегія в цьому випадку повинна визначити порядок дій управління інноваційною діяльністю. Вважаємо доцільним виділити наступні етапи розробки стратегії управління інноваційною діяльністю торговельного підприємства:

1. Визначення місії й цілей торговельного підприємства.
2. Діагностика зовнішнього й внутрішнього середовища торговельного підприємства, виявлення основних загроз і проблем («вузьких місць»), які можна було б нівелювати за допомогою нововведень. Оцінка інноваційного потенціалу торговельного підприємства.
3. Розробка й оцінка інноваційних альтернатив розвитку торговельного підприємства з урахуванням ризику.
4. Вибір цільової підсистеми й виду інновації, тобто вибір інноваційної стратегії торговельного підприємства і її узгодження з корпоративною, діловими (якщо вони є) і іншими функціональними стратегіями підприємства.
5. Формування забезпечуючої підсистеми управління інноваційною діяльністю торговельного підприємства - склад команди реалізації інноваційної діяльності, розробка механізму фінансування інноваційних процесів і т.д.
6. Реалізація стратегії - включає впровадження розробленого стратегічного плану за здійсненням інноваційної діяльності, формування блоку операційних дій і заходів також з коректування розробленої стратегії та зниженню існуючого ризику, розробка комплексу заходів за зниженням опору впровадженню змін (інновації - це завжди зміни).
7. Контроль над виконанням розробленого стратегічного інноваційного плану (програми).
8. Оцінка - оцінка ефективності управління інноваційною діяльністю торговельного підприємства й безпосередньо самої інноваційної діяльності за якісними і кількісними показниками, сформованими залежно від поставленої мети здійснення інноваційної діяльності.
9. Коректування здійснюваної інноваційної діяльності, якщо оцінка ефективності її управління й реалізації не відповідає запланованому нормативу [3].

Під час вибору стратегій в бізнесі, який має справу з інноваціями, важливо в певний момент зупинитись на найкращій можливій стратегії, а вже у процесі її реалізації та постійного перегляду визначити, якими мають бути стандарти. Існує кілька причин неуспішного впровадження інноваційної стратегії торговельними підприємствами. По-перше, лідери не ставлять під сумнів стратегію, розроблену ними самими або запрошеними консультантами, і не переглядають її. Інновації завжди пов'язані із маневруванням на невідомому маршруті. Із зростанням фактора невизначеності цінність чітко продуманої та спланованої стратегії зменшується. Сутність стратегії в даному випадку - це можливість експериментувати, вчитися та адаптуватися. Другою поширеною причиною, згідно з дослідженнями, є неспроможність керівництва торговельних підприємств правильно роз'яснити працівникам, в якому напрямку розвиватиметься підприємство. Керівники повинні систематично спілкуватися із персоналом щодо місії, цінності, бачення розвитку та стратегії. Третя причина дещо несподівана. Менеджери, розмірковуючи над тим, як зробити свою організацію більш інноваційною, останнім часом дещо захопились творчою складовою.

Звичайно, здатність компаній до інновацій суттєво залежить від творчої складової, але не лише від неї. Здатність компаній до інновацій можна визначити як продукування нових ідей та впровадження їх у життя.

Стратегія інновацій може працювати на трьох рівнях, формуючи інноваційну піраміду. На найвищому рівні знаходяться ідеї, які підтримала компанія і які фактично стали її стратегічним курсом. На другому рівні маємо набір перспективних ідей, які підтримуються спеціально створеними для цього командами. Основою піраміди є ідеї на їх ранній стадії. Вплив такої піраміди поширюється від вершини до основи. Тобто інновація, яка лежить на вершині і впливає на всю компанію, впливає на інновації середньої важливості, а вже ті - на найнижчий рівень інновацій.

Проте, успішні інновації можуть рухатися від основи до вершини. Складовою загальної стратегії торговельного підприємства є інноваційна політика, яка визначає цілі та умови здійснення інноваційної діяльності підприємства, націленої на підтримання його конкурентоспроможності та оптимальне використання наявного потенціалу. Інноваційна політика може здійснюватись за такими напрямками:

- поліпшення якості продукції, послуг, впровадження системи управління якістю;
- забезпечення конкурентоспроможності підприємства на ринку;
- впровадження ресурсозберігаючих технологій;
- поліпшення умов праці;
- екологізація діяльності підприємства в межах сучасних вимог до охорони

навколишнього середовища [2].

Розробка інноваційної політики торговельного підприємства передбачає визначення цілей і стратегій його розвитку на перспективу, виходячи з оцінки потенційних можливостей і ресурсів підприємства.

Стратегічні цілі відображають дві сторони очікуваного результату: кількісну (частка ринку, товарообіг і т. д.), якісну (інноваційна поведінка). Вихідною базою для вибору і розроблення стратегій підприємств є постановка і формулювання стратегічних цілей.

Інноваційними стратегіями торговельних підприємств можуть бути: інноваційна діяльність організації, спрямована на одержання нових продуктів, послуг і технологій; маркетингу й управління; перехід до нових організаційних структур; застосування нових видів ресурсів і нових підходів до використання традиційних ресурсів. Розрізняють найпоширеніші види інноваційних стратегій підприємства: традиційна, імітаційна, залежна, опортуністська, оборонна, наступальна.

Відповідно, прийняття торговельними підприємствами тих чи інших стратегій зумовлено певними особливостями:

1. традиційна – винятково підвищення якості продукції чи послуг;
2. імітаційна – залучення інноваційних технологій за рахунок купівлі ліцензій;
3. залежна – дрібні підприємства є підрядниками у крупніших щодо виробництва нового продукту, послуги або виробничого методу;
4. опортуністська – пошук підприємством такого виду продукції чи послуги, який не потребує особливих витрат на дослідження і впровадження, але дає змогу упродовж певного періоду одноосібно працювати на ринку;

5. оборонна – підвищення технічного рівня діяльності, впровадження досліджень і розробок не для лідируючого місця в певній галузі, а для утримання стабільної позиції серед інших підприємств у техніко-технологічному розвитку;

6. наступальна – тріумф на ринку вимагає наявності висококваліфікованого персоналу, проведення масштабної внутрішньоорганізаційної роботи. Ця стратегія ґрунтується на творчих можливостях колективу, багато в чому залежить від політики керівництва [4].

На жаль, єдиної та успішної для всіх торговельних підприємств моделі інноваційної стратегії не існує. Вибір стратегії залежить від різноманітних виробничих, технічних, ринкових, соціальних, культурних та інших факторів. Вищезазначені інноваційні стратегії тією чи іншою мірою зв'язані з інноваційним ризиком.

Висновки

На основі проведеного дослідження можна зробити висновок, що економічні перетворення, які відбуваються в господарстві країни за останні роки, відобразилися на механізмах прийняття рішень і поведіння їх на ринку, що призвело до поширення інноваційної моделі розвитку на торговельних підприємствах. Як і будь-яка діяльність інноваційна потребує розробленої концепції управління, що залишається не дослідженим питанням для торговельного підприємства. Ретельний вибір напряму інноваційного розвитку торговельного підприємства являє собою такі послідовні кроки: визначення генеральної мети підприємства та бажаної позиції на ринку, вибір інноваційного орієнтира, оцінка інноваційного потенціалу, визначення конкурентоспроможності підприємства на ринку та ризикованість керівництва, вибір стратегії інноваційного розвитку торговельного підприємства. Саме ці кроки дозволять визначити напрямки інноваційного розвитку торговельного підприємства за всіма розглянутими класифікаційними ознаками та досягти бажаних результатів.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Балабанов И.Т. Инновационный менеджмент [Текст]: учебник / И.Т.Балабанов - СПб:Питер, 2001. - 304 с.
2. Микитюк П.П. Інноваційний менеджмент [Текст]: Навчальний посібник / П.П.Микитюк. — К.: Центр навчальної літератури, 2007. - 400 с.
3. Волков О.І. Економіка та організація інноваційної діяльності [Текст]: Підручник (третє видання) /О.Волков, М.П. Денисенко, А.П. Гречан та інші; під ред. О.І.Волкова та М.П.Денисенко. — К.: Центр учбової літератури, 2007. - 662 с.
4. Ілляшенко С.М. Управління інноваційним розвитком: проблеми, концепції, методи [Текст]: навч. посібник / С.М. Ілляшенко. – Суми: Університетська книга, 2003.
5. Проблеми управління інноваційним розвитком підприємства у транзитивній економіці [Текст]: монографія / за заг. ред. С.М. Ілляшенка. – Суми: Університетська книга, 2005.

АННОТАЦИЯ

УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМ РАЗВИТИЕМ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Обоснование необходимости осуществления инновационной деятельности на торговых предприятиях и эффективной системы управления ею. Исследование основных стратегий инновационного развития предприятий торговли.

Ключевые слова: инновационное развитие, функции управления инновационной деятельностью, принципы управления инновационной деятельностью торгового предприятия, стратегия инновационной деятельности предприятий торговли.

THE SUMMARY

DEVELOPMENT OF INNOVATIVE TRADING ENTERPRISE

Justification of the need for innovation in trade and establishment of the effective system of its management. Investigation of the main strategies of innovative development of commercial enterprises.

Keywords: innovation development, functions of innovation management, innovation management principles of commercial enterprise, the strategy of innovation trade.