

ЛОГІСТИКА ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Аспірант Хмельницького національного університету, Гончарук Андрій Миколайович, м. Хмельницький, Україна.

The main problems of logistics and the main advantages of the logistic system applying in enterprise innovative activity management are defined. The necessity of logistic approach applying in the industry, particular its integration at different stages of innovative activity is grounded.

Keywords: *innovation, logistics, enterprise strategy, industry.*

Актуальність досліджень. У сучасних умовах виходу країни з кризи однією з найважливіших проблем машинобудівних підприємств є збереження та покращення конкурентоспроможності в умовах малопрогнозованих і швидких змін зовнішнього середовища.

Мета статті. Визначення можливостей інтегрування логістичної системи в управління інноваційною діяльністю машинобудівного підприємства на різних етапах створення інноваційного товару.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Різні аспекти теорії і практики управління логістичними процесами досліджували такі відомі науковці, як Анікін Б.А., Крикавський Е.В., Пономарьова Ю.В., Окландер М.А., Юнеман Р., Гринів Н. та ін. Водночас значне коло питань які стосуються впровадження логістичного підходу у функціонування промислових підприємств залишаються дослідженими недостатньо.

Викладення основного матеріалу. Від промислового комплексу сьогодні безпосередньо залежить стан усієї економіки країни. Серед галузей промисловості провідне місце посідає машинобудування, оскільки воно тісно пов'язане з іншими видами економічної діяльності: машинобудування займається виробництвом машин та устаткування, які забезпечують виробництво товарів і послуг підприємства інших галузей, стимулюючи тим самим їхній розвиток. Тому для подальшого інтенсивного розвитку всієї промисловості необхідно забезпечити достатньо високий рівень діяльності машинобудівної галузі.

За умов загострення конкурентної боротьби вплив інноваційної діяльності на кінцеві результати їх діяльності стають все більш актуальними. Для виходу підприємств, а як наслідок і країни, з фінансово-економічної кризи необхідно вводити інноваційні процеси вдосконалення виробництва, інноваційну техніку та технології, інноваційний менеджмент.

Ефективне вирішення проблем, що постали в період фінансово-економічної кризи передбачає систематичну організаційно-технічну перебудову з метою наближення реального функціонуючого виробництва до його оптимального проекту, адекватного досягнутому рівню знань, техніки, технології, організації і управління виробництвом щодо інноваційного розвитку підприємства.

Реалізація інноваційної діяльності здійснюється в певній послідовності на основі управлінських дій по просуванню процесу й відповідного фінансування. Оскільки інноваційна діяльність подібна потоку, то до неї може бути застосоване логістичне управління. Сама по собі логістика являє собою управління поточковими процесами на основі використання логістичних принципів, так званих «7П» (Правильний товар, у Правильному місці, у Правильний час, Правильної кількості, Правильної якості, у Правильному упакуванні, із Правильними витратами). Мається на увазі створення й поставка товару в потрібний час і місце, оптимальної кількості і якості з мінімальними витратами на розробку, виготовлення, упакування й рух. Усе вищенаведене входить у компетенцію логістики. Логістичні принципи дозволяють виконати управлінські завдання більш ефективно, ніж просте управління. Тому під логістичним управлінням ми розуміємо управління поточковими процесами на основі використання логістичних принципів. Таким чином, вважаємо, що інноваційна діяльність повинна управлятися на основі логістичних принципів.

Під час розробки товару виникає велика кількість проблемних ситуацій, які повинні бути вирішеними. Логістика займається розв'язком і узгодженням конфліктів цілей між різними функціональними підрозділами підприємства. Наприклад, розробка оптимальної концепції інноваційного товару кожним окремих підрозділом може викликати конфлікти цілей у виробництві, фінансуванні, кооперації й проектуванні інновацій. Коли погоджені необхідні властивості товару й виробничі специфікації, необхідно розв'язати всі проблеми як загального проекту в цілому, так і кожного окремого компонента товару. Також необхідно розв'язати питання вибору оптимальної технології виробництва інновації. Тривалість інноваційного циклу, пов'язана з обсягом необхідних робіт, який у свою чергу залежить від ступеню новизни й складності і від рівня спеціалізації й концентрації. Вона також залежить від професіоналізму в конструюванні, швидкості виробництва прототипів, організаційної структури й стилю комунікації (творчої атмосфери спілкування на підприємстві). [1, с. 225].

В свою чергу підприємство, яке прагне розвиватися інноваційно, створюючи собі стійкі конкурентні переваги, має зробити стратегічний вибір, який відповідає його ресурсним можливостям та тенденціям розвитку ринку. Для цього обираються ті чи інші конкурентні стратегії: лідерство в зниженні витрат, диференціація та фокусування.

Лідерство в зниженні витрат — найпоширеніша з усіх конкурентних стратегій у вітчизняному промисловому виробництві, в тому числі й машинобудуванні. При виборі даної стратегії у пригоді стає один з напрямків дослідження логістики, пов'язаний із взаємозалежністю логістики й витрат, тобто витрат на складське господарство, запаси, транспорт, виробництво, обробку замовлень і інших підсистем логістики, які залежать одна від одної. Спроби мінімізувати витрати якого-небудь

окремого виду діяльності можуть призвести до підвищення загальної вартості логістики. Отже, концепція припускає проведення аналізу новацій будь-якого виду діяльності логістики з урахуванням загальних витрат системи. Комплексний аналіз логістики дозволяє визначити пропорції системи й ефективність вартісних характеристик цих пропорцій, виробити управлінську політику. Системний аналіз допомагає функціонуванню й підвищенню ефективності системи логістики, оскільки результатом його є нові концепції, впровадження нових технологій і устаткування.

При виборі стратегії диференціації, а в сфері машинобудування вона обирається підприємствами, які здебільшого випускають продукцію виробничого призначення. Ключем до успіху повинна бути унікальність, яка цінується покупцями. Якщо покупці бажають платити за ці унікальні особливості більшу ціну, то надбавка до ціни приведе до більшої прибутковості. Тому для даних підприємств політика найнижчої собівартості не завжди є оптимальна. Вони можуть основний акцент зробити на швидкість виходу на ринок з інноваційним продуктом, при цьому свідомо нехтуючи можливістю мінімізації витрат на його виготовлення. В даному випадку основне завдання логістики – скорочення часу на обробку замовлень, розміщення й вибору транспорту, маршрутизації, розподілу та збуту інноваційного продукту.

Стратегія фокусування концентрується на виборі сегменту або групи сегментів у галузі й задоволення потреб цього сегменту з більшою ефективністю, ніж конкуренти, що обслуговують ширший сегмент ринку. Стратегія фокусування може застосовуватися як підприємством, що обслуговує даний сегмент та є лідером за собівартістю, так і диференціатором, що задовольняє спеціальні вимоги цільового сегмента ринку тим способом, який формує для його клієнтів вищу споживчу цінність та дає змогу встановити вищу ціну.

Отже, залежно від того, якими інноваціями підприємство вирішило формувати свої конкурентні переваги і завоювати ринок, має відбуватись і розвиток їх логістичних систем, що підвищуватиме ефективність логістичного управління.

Висновки. Оскільки ефективність логістичних систем ґрунтується на постійному вдосконаленні здійснюваних на підприємстві процесів, її функціонування тісно пов'язане з інноваційною діяльністю підприємства. Логістика як інтегральний інструмент підвищення конкурентоздатності лягає в основу економічної стратегії підприємства, коли її процес використовується як знаряддя в конкурентній боротьбі й розглядається як управлінська логіка для реалізації планування, розміщення й контролю над фінансовими й людськими ресурсами, задіяними у інноваційному процесі. Такий підхід дозволяє забезпечити тісну координацію логістичного забезпечення ринку й виробничої та інноваційної стратегій, що, з одного

боку, підвищує ефективність відповідних процесів, а з іншого – збільшує шанси на успішну реалізацію інноваційного продукту.

Використана література

1. Чухрай Н.І. Формування інноваційного потенціалу підприємства: маркетингове та логістичне забезпечення: Монографія/ Наталія Чухрай. – Львів: Вид-во Нац. ун-ту «Львівська політехніка», 2002. – 314 с.