

УДК 005:93

Молодоженя М.С.*кандидат економічних наук,**доцент кафедри економіки та фінансів підприємства**Київського національного торговельно-економічного університету*

МОНІТОРИНГ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У ТОРГІВЛІ ДЛЯ ПОТРЕБ ЕКОНОМІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

У статті визначено сутність та особливості здійснення моніторингу результативності інноваційної діяльності підприємств торгівлі. Обґрунтовано пропозиції щодо вдосконалення організації моніторингу результативності інноваційної діяльності підприємств торгівлі, а саме розглянуто послідовність та періодичність його здійснення. Теоретичні засади та практичні положення можуть бути рекомендовані підприємствам торгівлі як важелі активізації інноваційної діяльності і підвищення її результативності.

Ключові слова: інноваційна діяльність підприємств торгівлі, моніторинг результативності інноваційної діяльності, економічне управління.

Молодоженя М.С. МОНІТОРИНГ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ТОРГОВЛІ ДЛЯ НАУЖД ЕКОНОМІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

В статье определены сущность и особенности осуществления мониторинга результативности инновационной деятельности предприятий торговли. Обоснованы предложения по усовершенствованию организации мониторинга результативности инновационной деятельности предприятий торговли, а именно рассмотрены последовательность и периодичность его проведения. Теоретические и практические положения могут быть рекомендованы предприятиям торговли как инструменты активизации инновационной деятельности и повышения ее результативности.

Ключевые слова: инновационная деятельность предприятий торговли, мониторинг результативности инновационной деятельности, экономическое управление.

Molodozhenia M.S. MONITORING OF EFFECTIVENESS OF INNOVATION ACTIVITIES IN TRADE FOR NEEDS OF ECONOMIC MANAGEMENT

This article explores the importance of effectiveness monitoring for innovation activities and resulting practical implications. It also provides a comprehensive methodology developed for monitoring and evaluating effectiveness of innovation activities in the retail sector. Related practical and theoretical aspects of information requirements are examined in detail.

Keywords: innovation activities in trade companies, monitoring of effectiveness of innovation activities, economic management.

Постановка проблеми. Моніторинг є одним із найважливіших понять сучасної науки та практики, що широко застосовується у різних галузях. Термін «моніторинг», запозичений з англійської мови, розглядається у двох аспектах. Перший виник під час проведення Стокгольмської конференції ООН з навколишнього середовища (1972 р.), де були закладені основи його трактування, що зводилося до безперервного спостереження за станом навколишнього середовища з метою виявлення несприятливих ситуацій, прогнозу та охорони. Очевидно, що воно виникло як доповнення терміна «контроль», оскільки включає не тільки спостереження і отримання інформації, але й активні управлінські дії на підставі отриманої інформації.

Згодом моніторинг зі сфери природокористування проник у сферу економіки та управління. Другого значення він набув останнім часом, про що свідчать численні публікації про конкретні напрями та види моніторингу.

Аналіз останніх публікацій і досліджень, невирішена частина проблеми. В економіці моніторинг застосовують для дослідження різних об'єктів та виділяють такі види: соціально-економічний, моніторинг фінансового стану, податковий, кредитний, банківський, що відображено в роботах [1; 3; 5; 6; 7]. Економічний моніторинг, що організовується з метою оцінки динаміки економічних об'єктів, у першу чергу спрямований на здійснення спостереження і попередження факторів негативного впливу на об'єкт або отримання інформації для прийняття управлінських рішень.

Значну увагу дослідженням питання моніторингу діяльності підприємств приділила науковець Т.Г. Долгопятова. Вона запропонувала та обґрунтува-

ла концепцію економічного моніторингу підприємств перехідної економіки, як постійного комплексного спостереження за процесом їх функціонування [4].

Дослідник А.М. Борисов характеризує моніторинг як організоване системне спостереження за ходом і характером якісних змін в економіці підприємств, що функціонують на ринку [2].

І.І. Кохановська зазначає, що економічний моніторинг – це система підтримки процесів підготовки управлінських рішень у рамках політики підприємства шляхом забезпечення необхідного рівня якості рішень, що приймаються, за рахунок надання інформації по аналогам і прецедентам. Слід погодитися з авторами, що розглядають економічний моніторинг як систему підтримки процесів підготовки та прийняття управлінських рішень. Проте для потреб економічного управління інноваційною діяльністю необхідно уточнити поняття «моніторинг результативності інноваційної діяльності підприємств торгівлі», яке недостатньо освітлено у наукових працях.

Критичний аналіз різних підходів до моніторингу результативності дає змогу відзначити певні проблеми, а саме:

- більшість критеріїв та показників орієнтовані на короткостроковий період і не дають реальної оцінки, враховуючи фактор часу;
- існує неузгодженість між стратегічним та тактичним рівнем управління результативністю;
- складність та нерозвиненість оцінки результатів за допомогою нефінансових вимірників;
- показники пов'язуються з фінансовим станом підприємства, не враховуючи інших цілей, яких може досягти підприємство;
- статистика інноваційної діяльності є важливим індикатором інноваційного розвитку, і має слугува-

ти інструментом оцінки її доцільності, проте є недостатньо розвиненою;

- для досягнення порівняльності показників оцінювання інноваційної діяльності, визнаних у світовій практиці з вітчизняними, необхідно обґрунтувати таку систему, що враховує національні особливості розвитку торгівлі.

Мета статті – визначити особливості моніторингу результативності інноваційної діяльності підприємств торгівлі; послідовність та періодичність його здійснення для потреб економічного управління підприємством.

Виклад основного матеріалу дослідження. Моніторинг як засіб самооцінки підприємства у загальному сенсі означає оцінку досягнення цілей, виконання планів, отримання результатів, що відповідають розробленим стандартам, нормам або конкретним значенням результатів, визначених наперед. Таким чином, моніторинг, з одного боку, логічно постає завершальним етапом процесу економічного управління інноваційною діяльністю підприємства, а з іншого – отримані дані самооцінки виступають відправним пунктом для початку нового циклу удосконалення діяльності.

Виділяючи основні особливості моніторингу результативності інноваційної діяльності у торгівлі, варто зазначити, що:

- моніторинг є головним джерелом інформації для прийняття поточних управлінських рішень, спрямованих на корегування інноваційної діяльності підприємства;

- звітна інформація, отримана шляхом моніторингу, є необхідною як для потреб економічного управління підприємством, так і для зовнішніх користувачів у особі партнерів та держави;

- моніторинг результативності забезпечує виявлення та усунення недоліків;

- кінцевим результатом організації моніторингу результативності є розробка комплексу рішень та дій, що корегують та удосконалюють інноваційну діяльність відповідно до цілей підприємства, знижуючи ступінь ризику.

Регулярність та безперервність проведення моніторингу результативності забезпечує можливість відслідкувати недоліки з метою їх усунення, здійснювати контроль змін діяльності, та налагоджувати роботу підприємства відповідно до інтересів споживачів, власників та персоналу.

При організації економічного управління, орієнтованого на досягнення цілей, береться до уваги саме результат, а не факт здійснення інноваційної діяльності. Економічне управління застосовується з метою поліпшення якості управління та досягнення найкращого результату від використання ресурсів.

Враховуючи зазначені сутнісні характеристики, ми пропонуємо розглядати моніторинг результативності інноваційної діяльності як складову процесу економічного управління інноваційною діяльністю, що має на меті регулярне та систематичне збирання інформації для оцінки і контролю інноваційної діяльності, постійного її регулювання та вдосконалення через прийняття відповідних управлінських рішень.

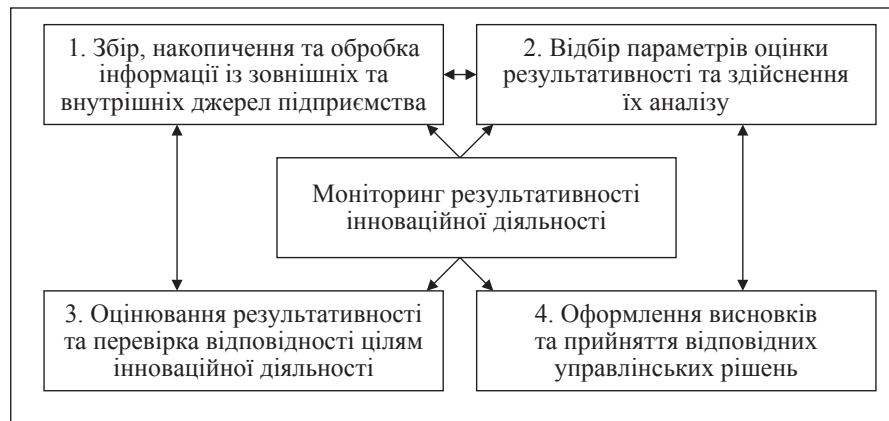


Рис. 1. Зміст моніторингу результативності інноваційної діяльності

Моніторинг як регулярне вимірювання є необхідною частиною економічного управління інноваційною діяльністю, що дозволяє систематично вимірювати результати здійснення інноваційної діяльності, досліджувати проблеми, що виникають, визначати тенденції подальшого розвитку, коригувати управлінські дії.

Розкриття сутності моніторингу результативності інноваційної діяльності та його першочергові завдання вимагають визначення його основних складових, що потребує ґрунтовних досліджень з урахуванням галузевої приналежності та специфіки підприємства (рис. 1).

Правильна постановка завдань, рішення яких забезпечує досягнення мети, сприяє реалізації цільового аспекту моніторингу результативності. Поставлена мета здійснення моніторингу результативності підприємств у торгівлі визначає відповідний склад його завдань, які, по-перше, підпорядковані поставленій меті і, по-друге, повинні вирішуватися у певній послідовності.

Таким чином, обов'язковою умовою вирішення поставлених задач та успішного забезпечення процесу економічного управління результативністю інноваційної діяльності підприємств торгівлі є організація моніторингу зазначеної діяльності. Організація моніторингу результативності інноваційної являє собою певну послідовність етапів:

I етап – інформаційний. Відсутність інструментарію та досконалої звітності робить процес збору інформації надто трудомістким. Від моменту надходження інформації до її аналізу проходить певний час, що знижує оперативність прийняття управлінських рішень. Тому розробка форм звітності, що забезпечать збирання, обробку та аналіз інформації щодо інноваційної діяльності оптимальним шляхом є необхідною умовою подальшого розвитку.

II етап – операційний, змістом якого є всебічне оцінювання інформації, що надходить з розроблених форм. Проводиться аналіз результативності за допомогою попередньо визначених критеріїв, а саме задоволеності споживачів; розвитку ресурсної бази; інноваційного менеджменту підприємства; інформаційної безпеки інновацій; фінансового результату інноваційної діяльності підприємства; задоволеності інтересів власників; задоволеності інтересів персоналу підприємства. Проводиться попереднє оцінювання результатів інноваційної діяльності.

III етап – організаційний, на якому оброблена інформація надходить у царину інформаційного менеджменту. Виконується інтегральна оцінка резуль-

тативності інноваційної діяльності та здійснюється зіставлення з цілями інноваційної діяльності, після чого оформлюється відповідний експертний висновок.

IV етап – конструктивний, змістом якого є констатація факту відповідності реального стану очікуваному, або, у випадку виявлення відхилень від очікуваних результатів, розробки комплексу дій, спрямованих на виправлення чи поліпшення стану.

Якісний моніторинг результативності інноваційної діяльності потребує достатньої за обсягом та змістом економічної інформації, що необхідна для прийняття відповідних управлінських рішень. Формування інформаційної бази для подальшого аналізу та оцінки результативності інноваційної діяльності необхідно здійснювати відповідно до наявної системи бухгалтерського обліку [1] та можливостей підприємства до організації управлінського обліку.

З огляду на необхідність організації моніторингу результативності інноваційної діяльності, практичне значення якої полягає у підвищенні якості економічного управління інноваційною діяльністю підприємств торгівлі, першочерговим, на думку автора, є надання пропозицій з розробки та вдосконалення форм статистичної звітності, що характеризують інноваційну діяльність підприємства у торгівлі.

Враховуючи досвід розробки форм державного статистичного спостереження, українські фахівці пропонують два підходи до обстеження інноваційної діяльності у розрізі окремих галузей економіки, що відображено у Аналітико-статистичній моделі стратегії розвитку науково-технічного потенціалу № ДП/332-2003.

Перший підхід полягає у створенні спеціальних форм звітності для кожної галузі окремо на підставі форми державного статистичного спостереження № 1-інновація «Обстеження технологічних інновацій промислового підприємства» зі зміною у першому розділі цієї форми напрямів інноваційної діяльності, притаманних відповідній галузі.

Другий підхід до обстеження стану інноваційної діяльності полягає у створенні єдиної уніфікованої форми обстеження для підприємств та організацій усіх видів економічної діяльності.

Як перший, так і другий підходи мають певні переваги та недоліки. Перевагою першого підходу є, насамперед, надходження вичерпної інформації про стан інноваційної діяльності в різних галузях економіки, отримання можливості здійснення ґрунтовного наукового аналізу розвитку галузі, з метою виявлення пріоритетів розвитку, недоліків для прийняття своєчасних управлінських рішень. Вагомим недоліком цього підходу є потреба у значних трудових та матеріальних витратах на збір та обробку звітних даних, пов'язаних з створенням великої кількості спеціальних форм державного статистичного спостереження.

Вибір на користь другого підходу дає змогу зменшити витрати на збір та обробку статистичної інформації. Проте зібрані таким чином дані не дають реальної можливості вичерпного аналізу інноваційних процесів у конкретній галузі, визначити головні напрями державної підтримки та фінансування певних інноваційних рішень.

Результати аналізу показують, що на сучасному етапі найбільш актуальним є підхід до адаптації наявних методів здійснення моніторингу, що полягає у зменшенні кількості оцінюваних показників.

Виходячи з таких засад, критерії мають бути сформульовані таким чином, щоб можна було вияви-

ти стан, причини та наслідки можливих відхилень, оскільки точна, комплексна та своєчасна діагностика є необхідною умовою якісного управління.

При організації інформаційного забезпечення моніторингу результативності необхідно приділити увагу сучасним комп'ютерним технологіям, що дозволяють зняти низку негативних явищ, пов'язаних з трудомісткістю обробки інформації та несвоєчасністю надходження до керівництва об'єктивних, достовірних, надійних звітів для прийняття економічно обґрунтованих управлінських рішень. До програмного забезпечення моніторингу результативності висувають такі вимоги: можливість надходження діагностичних повідомлень при введенні нової інформації; програмна та технічна сумісність з іншими інформаційними технологіями, що використовуються підприємством; повна інформаційна інтеграція з інформаційними системами інших рівнів управління; здатність вирішення у повному обсязі та у заданий термін комплексу завдань моніторингу результативності інноваційної діяльності; забезпечення захисту інформації від несанкціонованих дій та зовнішніх втручань.

Організацію процесу моніторингу результативності інноваційної діяльності необхідно здійснювати враховуючи динамічність зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства, а саме з врахуванням науково-технічного прогресу.

Таким чином, на основі викладеного підходу до організації моніторингу як необхідного елемента економічного управління результативністю інноваційної діяльності забезпечується, з одного боку, належний рівень спостереження за інноваційною діяльністю, з іншого – утворюються можливості для позитивних зрушень у процесі економічного управління.

Упорядкування процесу моніторингу з врахуванням внутрішнього устрою підприємства, особливостей оточуючого ринкового середовища та інших факторів обумовлює дотримання певних рекомендацій щодо його впровадження.

Відповідно до цього автор пропонує таку періодичність здійснення моніторингу результативності інноваційної діяльності:

- горизонт планування організаційних заходів тривалістю 1 рік, що включає сполучення річних завдань та завдань на півріччя: більш сталі та менш залежні від зовнішнього середовища вирішуються протягом року, а оперативні та очевидні у поточному періоді – на півріччя. Це пояснюється високою динамічністю зовнішнього середовища, оскільки завдання, призначені до виконання можуть втрачати свою актуальність у другому півріччі. А також недостатній досвід довгострокового планування у керівників, тому використання річного періоду знижує ризик невдач;

- кількість планових завдань у періоді рекомендується в середньому від 6 до 8. Проте залежно від завдань та рівня їх складності спостереження може здійснюватися 12-20 разів на рік для керівників вищих ланок менеджменту та до 14 на рік для спеціалістів та менеджерів середньої та нижчої ланок управління. Це пояснюється великою кількістю завдань, які постають при побудові регулярної системи спостереження. При досягненні відносно сталого стану процесу моніторингу результативності інноваційної діяльності кількість завдань може зменшуватися;

- частота контролю здійснюється залежно від запланованих термінів виконання і отриманих результатів: щотижня, щомісяця, щоквартально. Для того щоб контроль мав певний сенс, будь-яке завдання

Таблиця 1

Періодичність здійснення моніторингу результативності інноваційної діяльності підприємств торгівлі

Параметри	Період	Рекомендації щодо здійснення
Горизонт планування організаційних заходів	1 рік	Сполучення річних завдань та завдань на півріччя: більш сталі та менш залежні від зовнішнього середовища вирішуються протягом року, а оперативні та очевидні у поточному періоді – на півріччя
Кількість планових спостережень у періоді	1 місяць	12-20 разів на рік для керівників вищих ланок менеджменту до 14 разів на рік для спеціалістів та менеджерів середньої та нижчої ланок управління
Частота контролю	Залежно від запланованих термінів і отриманих результатів.	Щотижня, щомісяця, щоквартально. Для того, щоб контроль мав певний сенс будь-яке завдання, необхідно деталізувати з виділенням проміжних результатів тижня, місяця, кварталу.
Глибина впровадження	Залежно від кількості рівнів управління	З метою якісного управління має охоплювати всі рівні менеджменту підприємства

необхідно деталізувати з виділенням проміжних результатів тижня, місяця, кварталу. Це пояснюється необхідністю розвитку культури самоорганізації та самоконтролю, підготовки виконавців до делегування повноважень, підвищення інноваційної активності персоналу;

- глибина впровадження на пряму залежить від кількості рівнів управління та з метою якісного управління має охоплювати всі рівні менеджменту підприємства (табл. 1).

У складі більшості сучасних підприємств існують економічні відділи або присутні фахівці-економісти. Тому організація моніторингу результативності може бути здійснена на базі такого підрозділу, а функції щодо збору та обробки інформації покладено на провідного економіста. Така позиція забезпечує: економію коштів на виділення окремого функціонального підрозділу; швидкість організації моніторингу у порівнянні зі створенням нових структурних одиниць; обізнаність провідного фахівця з усіх питань діяльності підприємства.

Результати моніторингу оформлюються у вигляді звітів з періодичністю складання і подання, визначеною фахівцями відповідно до потреб економічного управління (табл. 2).

- отримати інформацію для розрахунку нормативних та планових значень результативності інноваційної діяльності підприємства;

- визначити пріоритетну послідовність управління результативністю Інноваційної діяльності підприємства;

- ідентифікувати фактори, що впливають на результативність інноваційної діяльності підприємства;

- розробити комплекс управлінських заходів у разі необхідності коректування інноваційної діяльності підприємства внаслідок зміни умов функціонування.

Як висновок відзначимо, що особливості інноваційної діяльності підприємств торгівлі та вибір і застосування відповідного критерію результативності висувають нові вимоги до облікової інформації. Виходячи з цього, моніторинг як елемент управління результативністю інноваційної діяльності повинен забезпечити оперативне, своєчасне отримання інформації, необхідної для здійснення оцінки результативності та виконання наступних аналітичних процедур, що здійснюються у відповідності до цілей системи. Відповідно, отримання такої інформації забезпечується шляхом створення підсистеми управлінського обліку.

Таблиця 2

Оформлення результатів моніторингу результативності інноваційної діяльності підприємств торгівлі

Рівень управління	Відповідальні	Оформлення
1-й рівень	Керівники вищих ланок управління	Звіт за рік
2-й рівень	Керівники структурних підрозділів	Звіт за квартал
3-й рівень	Керівники перших ланок	Звіт за місяць

Висновки з проведеного дослідження. Варто зазначити, що вирішення завдань моніторингу результативності інноваційної діяльності за допомогою розроблених заходів дає можливість:

- визначити достатність результативності інноваційної діяльності підприємства для досягнення цілей усіх зацікавлених сторін;

- оцінити відповідність результатів цілям інноваційної діяльності;

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Андел І.В. Організація моніторингу інноваційних процесів на регіональному рівні / І.В. Андел // Соціально-економічні дослідження в перехідний період. Регіональна науково-технічна політика: інноваційний розвиток та інформаційний простір: матеріали доп. Міжнар. практ. конф. // Щорічник наук. пр. – Вип. XVI. – Л.: ІРД НАН України, 2000. – С. 212-220.
2. Борисов А.М. Управление предприятиями регионального торгового комплекса / А.М. Борисов. – Н. Новгород, 2003. – 189 с.
3. Галицин В.К. Системи моніторингу: монографія / В.К. Галицин. – К.: КНЕУ, 2000. – 231 с.
4. Долгопятова Т.Г. Российские предприятия в переходной экономике: экономические проблемы и поведение / Т.Г. Долгопятова; Ин-т стратег. анализа и развития предпринимательства. – М.: Дело, 1995. – 284 с.
5. Жукович І.А. Інформаційне забезпечення моніторингу наукової та інноваційної діяльності / І.А. Жукович, Ю.О. Рижкова // Проблеми науки. – 2008. – № 7. – С. 2-6.
6. Каримов Р.М. Моніторинг підприємств – важке умовне ефективного управління регіональної економікою / Р.М. Каримов // Деньги и кредит. – 2000. – № 11. – С. 30-32.
7. Поляков С.Г. Моніторинг інноваційних процесів в науково-технічній сфері / С.Г. Поляков // Інновації. – 2003. – № 5. – С. 62-64.