

УДК 658.589:338.439

DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2020-6-21>**Маркова С.В.**

кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри бізнес-адміністрування  
і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності  
Запорізького національного університету

**Markova Svitlana**

Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor,  
Department of Business Administration and Management  
of Foreign Economic Activity  
Zaporizhzhia National University

## ІННОВАЦІЙНА СКЛАДОВА ЖИТТЄЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

## INNOVATIVE COMPONENT OF LIFE SUPPORT OF INDUSTRIAL ENTERPRISES IN THE CONDITIONS OF MODERN TRANSFORMATIONS

У статті розкрито економічний зміст та сутність поняття інновація у діяльності підприємств промисловості, досліджено особливості інноваційності підприємства у сучасних трансформаційних умовах господарювання. Проаналізовано основні елементи внутрішнього та зовнішнього середовища інноваційності життєзабезпечення діяльності промислових підприємств. Автором визначено основні критерії інноваційності в умовах сучасних трансформацій. У дослідженні автор наголошує на важливості та особливій ролі фактору виробництва – персонал, як елементу, який забезпечує утворення доданої вартості та появу нових споживчих якостей продуктів. Автор наголошує на важливості інноваційної складової при аналізі факторів зовнішнього середовища та наголошує, що сформуванню оптимально-мінімального складу факторів виробництва необхідних для життєзабезпечення діяльності підприємства не можливо без наявності інновацій, особливо в сучасних конкурентних реаліях.

**Ключові слова:** життєзабезпечення, внутрішнє середовище, зовнішнє середовище, персонал, конкурентоспроможність.

В статье раскрыто экономическое содержание и сущность понятия инновация в деятельности предприятий промышленности, исследованы особенности инновационности предприятия в современных трансформационных условиях хозяйствования. Проанализированы основные элементы внутренней и внешней среды инновационности жизнеобеспечения деятельности промышленных предприятий. Автором определены основные критерии инновационности в условиях современных трансформаций. В исследовании автор подчеркивает важность и особую роль фактора производства – персонал, как элемента, который обеспечивает образование добавленной стоимости и появление новых потребительских качеств продуктов. Автор подчеркивает важность инновационной составляющей при анализе факторов внешней среды и подчеркивает, что сформировать оптимально-минимальный состав факторов производства необходимых для жизнеобеспечения деятельности предприятия невозможно без наличия инноваций, особенно в современных конкурентных реалиях.

**Ключевые слова:** жизнеобеспечения, внутренняя среда, внешняя среда, персонал, конкурентоспособность.

The article notes that in the context of modern transformations, competitiveness between enterprises is constantly growing. Modern consumers are fastidious and saving, so competitor enterprises should be able to quickly adapt and change to the requirements of the modern market. To do this, it is necessary to have a consistently high level of indicators of life support of the enterprise, which is impossible without the existence of innovations. The study reveals that the presence of the optimal number of production factors leads to the fact that the company does not reduce the minimum possible level

of functioning – life support of activities. The article explains the economic content and essence of the concept of innovation in the activities of industrial enterprises, investigated the peculiarities of innovation of the enterprise in modern transformational conditions of management. The main elements of internal and external environment of innovation of life support of industrial enterprises activity are analyzed. The author defines the main criteria of innovation in the conditions of modern transformations: management's ability to make management decisions; role and strategic approach of the owner and readiness of personnel for changes. In the study, the author emphasizes the importance and special role of the production factor – personnel, as an element that ensures the formation of added value and the emergence of new consumer qualities of products. At the same time, this category is the driving force in the competition for consumers in the market. The article states that the life support of the enterprise is an optimally sufficient set of production factors and basic resources, the use of which makes it possible to remain in the market, achieve the main goals and objectives for achieving the mission, taking into account the influence of environmental and internal factors. The author determines that in modern transformational conditions, innovation is the basis of life support of the enterprise.

**Key words:** life support, internal environment, external environment, personnel, competitiveness.

**Постановка проблеми.** В сучасний період часу висока конкурентоспроможність підприємства є необхідною умовою його існування. Проте, інновації впроваджуються не на кожному підприємстві. Існує традиційна схема впровадження інновацій, яка існує як спадок від командно-адміністративної системи. Її реалізація спрямована, передусім на виробничий процес, технологію та технологічне обладнання. Будь які нові елементи обладнання розглядаються як інновації. Решта бізнес-процесів залишаються неохопленими. Збутова діяльність, розподіл, матеріально-технічне забезпечення, логістика залишаються такими як є. Так відбувається, оскільки традиційна система управління промисловим підприємством акцентує увагу менеджменту на засобах виробництва, відповідно, концентруючи ресурси на їх вдосконаленні. Життєдіяльність підприємства, та відповідні витрати на її забезпечення теж потребує високої уваги менеджменту та персоналу. Прихильність власника до інвестицій у інновації, навчання мають бути закладені у корпоративну культуру. Готовність до інвестицій, які ймовірно принесуть вигоди у віддаленому періоді є важливою рисою інноваційного керівника, лідера – який незалежно від свого віку та стану завжди готовий приймати рішення, ініціювати інноваційні видатки та відповідні інвестиції. Більш складним є готовність до персоналу до змін, їх спроможність до навчання та прийняття виходу із зони комфорту без значної особистої вигоди.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** В умовах сучасних трансформацій, конкурентоспроможність між підприємствами постійно зростає. Сучасні споживачі є вибагливими та заощадливими, тому підприємства-конкуренти повинні вміти швидко адаптуватися та змінюватися до вимог сучасного ринку. Для цього необхідно мати стабільно високий рівень показників життєзабезпечення

діяльності підприємства, що є неможливим без існування інновацій. Незважаючи на те, що дослідженню інноваційності підприємств присвячено багато праць (І.Т. Балабанова, Д.В. Єрохіна, Л.І. Кошкіна, В.Д. Ільєнкова [1], Н.В. Краснокутська [2], В.В. Попкова, А.В. Череп), актуальним залишається обґрунтування програми інноваційного розвитку життєзабезпечення діяльності промислових підприємств.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Метою статті є теоретичне дослідження сутності інноваційної складової життєзабезпечення підприємств промисловості як важливий чинник обрання стратегічних векторів розвитку діяльності в сучасних умовах мінливості зовнішнього та внутрішнього середовища.

**Виклад основного матеріалу.** Інноваційність підприємства харчової промисловості є одним з ключових елементів життєзабезпечення діяльності підприємства. Інноваційність розглядається як багатокомпонентна спроможність та готовність підприємства до впровадження інновацій. Інновації для промислового підприємства є елементом його життєзабезпечення, що певним чином сприяє його розвитку та конкурентоспроможності в майбутньому.

Інновації є удосконаленням бізнес-процесів, можуть охоплювати всі етапи життєвого циклу продукту: закупівлю сировини, транспортування, підготовку до виробництва, виробництво, продаж. Необхідно відмітити, що на сьогодні у вітчизняній та зарубіжній економічній літературі поняття «інновація» є предметом наукових дискусій, а тому серед науковців немає єдиного підходу стосовно його тлумачення. Так, наприклад, В. Мединський, відмічає, що науковці розглядають поняття «інновація» як: процес; систему; зміни; результат [3, с. 6]. Гаманець О. трактує поняття «інновація» як «кінцевий результат інтелектуальної діяльності, який пройшов шлях від ідеї до впровадження

на ринку, виражений у вигляді споживчої вартості (якісна сторона), тобто несе корисність своєму кінцевому споживачеві, і мінової вартості (кількісна сторона) і приносить ефекти з урахуванням можливостей ризику при реалізації» [4, с. 215]. Інновацій в харчовій промисловості – це результат використання інтелектуальних розробок, що забезпечує виробництво високоякісної, патентоспроможним продукції, що забезпечує зростання продовольчої безпеки країни, що відповідає споживчим потребам, що дає змогу підприємствам харчової промисловості збільшити обсяги виробництва за рахунок освоєння нових видів продукції, забезпечити дотримання екологічних норм виробництва, поліпшити умови праці, впровадити механізми ресурсозбереження та скорочення втрат сировини та матеріалів в виробничому процесі, збільшити терміни зберігання продуктів харчування [5, с. 583].

Ключовою метою інновацій є збільшення прибутку, що можна досягти декількома шляхами. Перший шлях, це збільшення виручки, тобто обсягів продаж, що досягається через збільшення кількості лояльних клієнтів або підвищення ціни продукту. Збільшення кількості лояльних клієнтів в умовах жорсткої конкуренції, яка має місце на сучасному ринку продуктів харчування можливо т за рахунок суттєвого підвищення якості продукту, появи в ньому нових споживчих якостей. При цьому важливим є не просто створення нових якостей, а доведення цієї інформації до споживача. Ціна такого доведення може бути доволі високою за виключенням кейсів компаній та торгових марок, які користуються високою довірою з боку споживачів або в суспільстві в цілому, є соціально-відповідальними та надійними партнерами.

Підвищення ціни на продукт має бути тотожним підвищенню якості, що позитивно впливатиме на виручку, проте обов'язково збільшить умовно-змінні видатки підприємства,

Висока якість продукту може бути забезпечена за рахунок використання якісної сировини та матеріалів, які, за цією ж логікою повинні мати високу ціну. Інновації знаходяться на перехресті всіх зазначених вище обставин, тобто їх вектором може бути підвищення продаж за рахунок зростання кількості клієнтів у середньо- та довготривалому періоді часу. Інновації у закупівлях можуть знизити витрати на сировину, не знижуючи її якість. Це можливо досягти через впровадження специфічних процедур закупівель, розбудови системи взаємодії з партнерами, які теж інтегруються в аналогічну систему менеджменту якості, кластер або вертикально-інтегровану корпорацію тощо. Інно-

вації у виробництві є спрямовані на зниження виробничих витрат, ресурсо- та енергозбереження. Застосування інновацій у виробництві надає можливість забезпечити ефективне використання факторів та засобів виробництва.

Інноваційність підприємства – це спроможність сприймати інновації на всіх рівнях управлінської та виробничої структури. В умовах трансформаційної економіки складним завданням є формування інноваційності на підприємстві. Причиною такої складності є інертність мислення персоналу, особливо це стосується вищого менеджменту та власника. Трансформаційний характер економіки впливає на мислення суб'єктів на всіх рівнях в тому числі на мікро- рівні підприємства. Наявність певної кількості (оптимальної) факторів виробництва призводить до того, до того, що підприємство не знижує мінімально-можливий рівень функціонування – життєзабезпечення діяльності, що їх власники знаходяться у зоні комфорту, навіть у випадку, коли їх справи йдуть не дуже добре. Виробничо-промисловий персонал, що має необхідні для власного життєзабезпечення професійні знання та навички також вдосконалює себе повільно та чинить супротив змінам.

Традиційний «радянській» підхід передбачав підтримку саме технологічних інновацій, через систему заохочення раціоналізаторських пропозицій, кожна з яких супроводжувалась матеріальним стимулюванням. Проте, інновації організаційні, тим більше інституційні, є значно складнішим питанням та великою мірою залежать від особистості лідера, керівника його спроможності приймати зміни та змінювати себе. Інновації та вектори їх впровадження на підприємстві харчової промисловості мають бути спрямовані на задоволення інтересів елементів внутрішньої структури та зовнішнього середовища підприємства. Розглянемо основні елементи внутрішнього та зовнішнього середовища інноваційності життєзабезпечення діяльності промислових підприємств.

Клієнт – споживач, який і є основним елементом, джерелом ланцюга утворення доданої вартості. Інновації мають вирішувати проблеми клієнта, а менеджмент інноваційного підприємства прогнозує потреби клієнта наперед. Тільки у такий спосіб можливо задовольнити потреби клієнта, забезпечити його лояльність на тривалій період часу.

Партнери – постачальники сировини та матеріалів, які мають особливе значення в умовах обмеженості ресурсів. Ринкова турбулентність на ринках сировини та готових продуктів часто різноспрямовані, тому взаємодія з партнерами є запорукою ефективного життєзабезпечення підприємства. Інноваційність підприємства і

партнерів мають бути спрямовані у єдиному напрямку, на практиці це реалізується через систему управління якістю ISO 9001.

Персонал – головний серед усіх факторів виробництва, люди праці, які забезпечують утворення доданої вартості та появу нових споживчих якостей продуктів. Промислово-виробничий персонал безпосередньо взаємодіє з предметом праці. В харчовій промисловості працівник передає власну ментальну енергію, свій настрій на предмет праці, хоча це не обґрунтовано науково, успішність підприємств, якість та популярність продукту часто залежить від досвіду, вмінь та навичок, також діяльність підприємства має залежність від продуктивності праці. Череп А. вважає, що зниження собівартості продукції забезпечується перш за все за рахунок підвищення продуктивності праці, адже з її зростанням скорочуються витрати праці у розрахунку на одиницю продукції, отже, зменшується питома вага заробітної платні у

структурі собівартості [6, с. 344]. Мочерний С. трактує продуктивність праці як «ефективність виробничої діяльності людей у процесі створення матеріальних благ і послуг» [7, с. 118]. На рівень продуктивності праці впливають різні фактори, які можна об'єднати на рис. 1.

Отже, підвищення продуктивності праці призводить до зниження собівартості, відповідно до зменшення витрат та збільшення прибутку. Принцип існування підприємства завжди націлений на формування такого обсягу ресурсів, якій дасть змогу вільно боротися з загрозами зовнішнього середовища, а також ефективно використовувати всі сильні сторони для формування стійкого рівня життєзабезпечення підприємства.

Ще один елемент програми – це власник засобів виробництва, підприємець та інвестори являють собою четверту складову пріоритетів в діяльності підприємства. Ідеологічно, це твердження має парадоксальний характер, оскільки

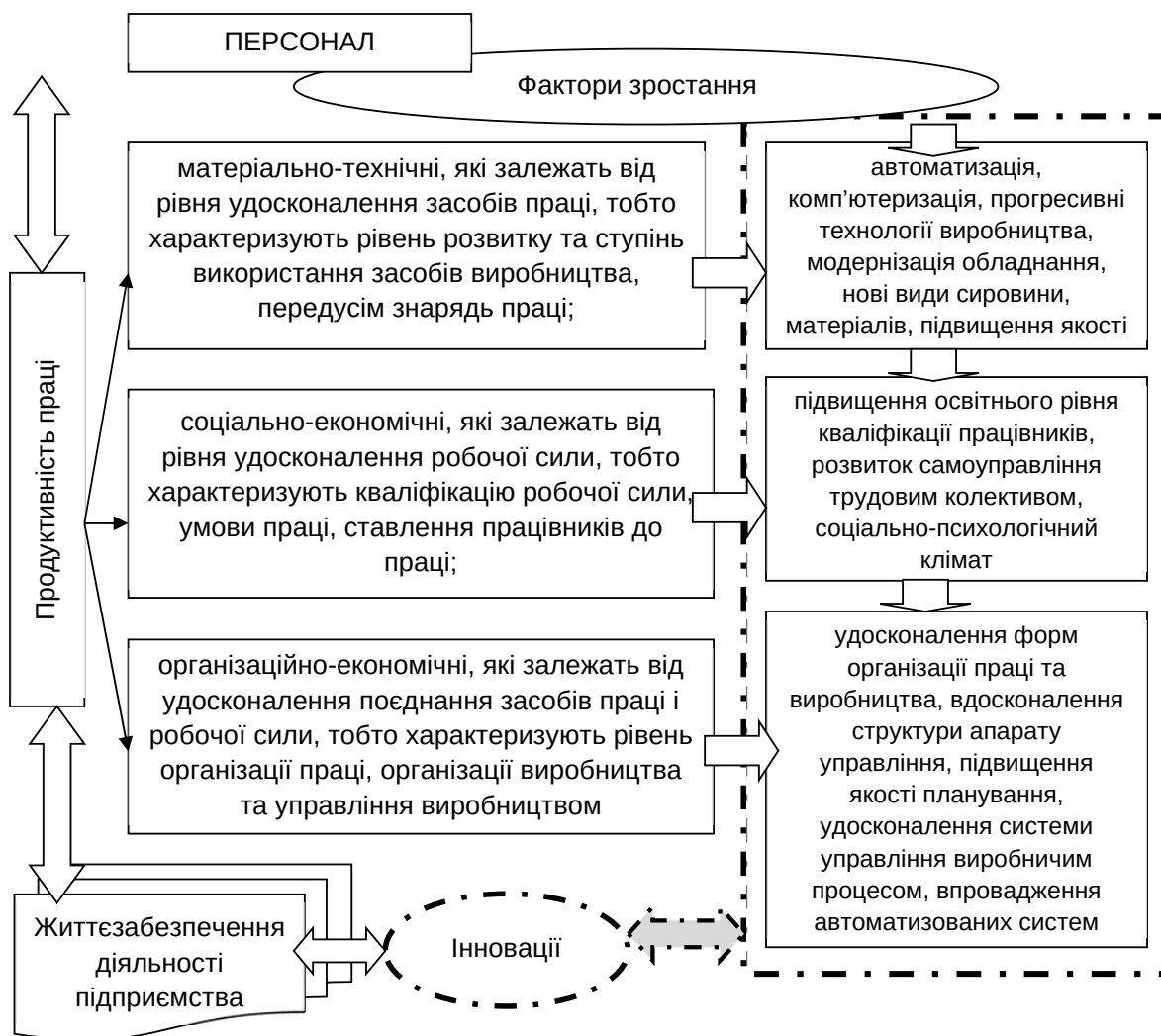


Рис. 1. Персонал, як складовий елемент програми інноваційності життєзабезпечення діяльності промислового підприємства

інвестори вкладають кошти на первинному етапі діяльності підприємства та єдині, хто реально розраховує співвідношення майбутніх вигод, витрат та ризиків. Проте, інвестори розраховують на отримання прибутку в тривалому періоді, їх потреби забезпечують переважно наймані працівники в тому числі менеджери.

Складові інноваційності підприємства, які формуються на середніх етапах життєвого циклу підприємства харчової промисловості. Важливим фактором є ціноутворення на продукцію, ціна, яка задовольняє прибутковості підприємства та його тактичним напрямкам діяльності. Ціноутворення за яким рівень ціни та торговельних націнок мають відповідати якості продукту, в першу чергу за критерієм цінності для споживача. Інноваційні аспекти ціноутворення мають поєднувати економію умовно-змінних витрат підприємства харчової промисловості, тобто зменшувати залежність від постачальників сировини. Умовно-змінні витрати включають до себе такі елементи, як вартість сировини, яка є предметом іншого ринку та її ціна формується з огляду на інші обставини, які визначаються незалежними умовами та формують інші тренди які мають місце на ринку готової продукції.

Конкуренти, як елемент зовнішнього середовища являють собою ринкових суб'єктів, переважно з власної галузі, які утворюють належний рівень конкуренції. Конкуренція складається у напрямку таких векторів, як ціна, що є основною рушійною, особливо в громадах та країнах з економікою, що розвивається та трансформаційною економікою. Вектор, у менеджменті, це умовний напрямок руху, розвитку, політики, стратегії власника та менеджменту підприємства харчової промисловості. Основна частина свідомих клієнтів стримують товари через призму тези «ціна-якість» у співвідношенні. Але такий підхід визначає пріоритетне відношення переважно до ціни, як ключового елементу споживчих пріоритетів. Тому, першим завданням інноваційного підприємства є створення ціни, яка поєднуватиме максимально низькі умовно-постійні витрати. Важливим є період інноваційної трансформації, тобто перехід підприємства зі стадії звичайного, традиційного підприємства до стадії інноваційного. Інноваційність вимірюється наступними критеріями:

– спроможність менеджменту приймати управлінські рішення, які ключовим способом впливають на діяльність підприємства;

– стратегічний підхід власника, який готовий на певний час відмовитись від прибутку на користь інвестиціям у інноваційні технології та інноваційні проекти, що суттєво але на миттєво

змінять структуру відносин в середині підприємства та, через певний час, з іншими елементами зовнішнього середовища;

– готовність персоналу до навчання, змін та такий рівень корпоративної культури, що дозволяє персоналу розділяти відповідальність власника стосовно змін, які відбуваються на підприємстві.

Наступним критерієм інноваційності є наявність вільного капіталу або доступ до кредитних коштів, державних або місцевих програм, які надають ресурси для розвитку засобів виробництва або механізмів управління такими засобами. Доступ до капіталу є правом та обов'язком власника, який приймає відповідні стратегічні рішення. З цієї причини, інновації реалізуються в корпораціях, які мають відповідні фінансові підрозділи. Такі підрозділи забезпечують консолідацію фінансових ресурсів для розвитку засобів виробництва. В такий спосіб впроваджуються технології, які створюють нові продукти та нові споживчі якості у традиційних продуктів.

Дослідивши вплив основних факторів внутрішнього середовища та співставивши їх важливість щодо формування оптимального набору факторів виробництва та ресурсів звернемо увагу на основні фактори зовнішнього середовища.

У світовій економічній науці аналіз основних факторів зовнішнього макросередовища називається PEST-аналізом. PEST-аналіз (іноді позначають як STEP) – це маркетинговий інструмент, призначений для виявлення політичних (P – political), економічних (E – economic), соціальних (S – social) і технологічних (T – technological) аспектів зовнішнього середовища, які впливають на діяльність підприємства. Цей аналіз ставить за мету виявити ті фактори зовнішнього середовища, які найбільше впливають на організацію, а також передбачити динаміку впливу цих факторів (сприятливу чи несприятливу) [8, с. 142].

Зовнішнє середовище є сукупністю елементів, які не входять до складу підприємства, але справляють на нього певний вплив. При цьому вплив може мати як позитивні, так і негативні наслідки. Загальною рисою чинників зовнішнього середовища є неможливість їх повного контролю або впливу на них з боку підприємства, тому що вони є незалежними від його діяльності [9, с. 138]. Підприємство має не тільки пристосовуватися до навколишнього середовища або потерпати від дії його передбачуваних чинників, але й регулярно визначати свої потенційні можливості та загрози задля впливу / обрання реакції на формування зовнішніх умов власної діяльності.



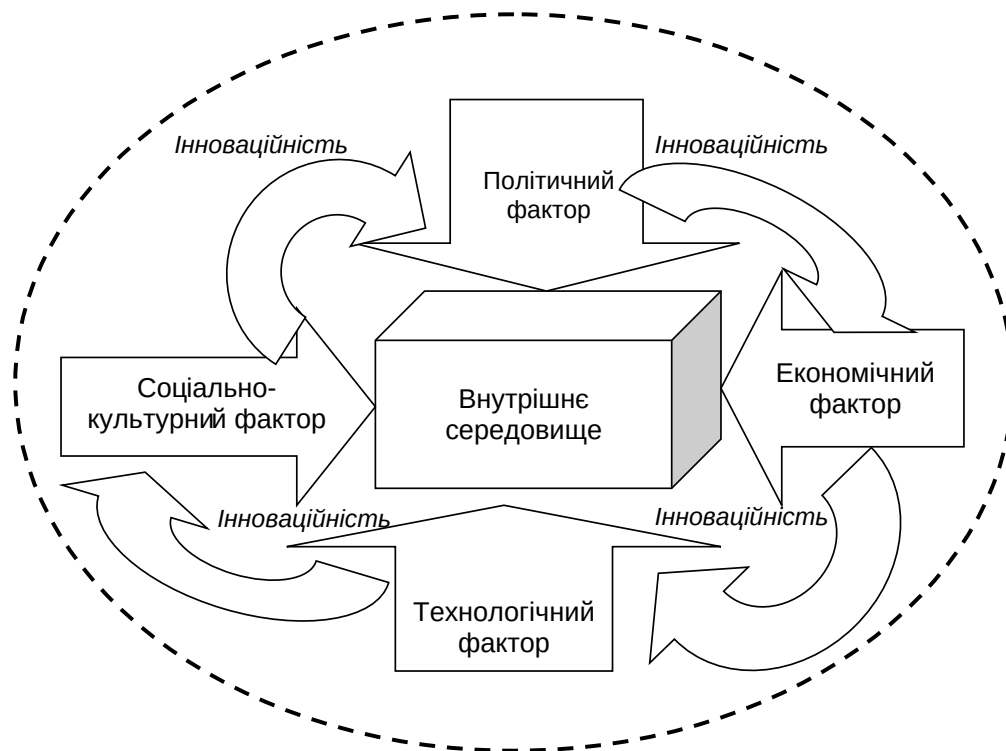


Рис. 2. Модель PESTI

Харчова галузь, особливо сфера хлібобулочних виробів має велику перевагу традиційних продуктів, що створюють переважну частину енергетичного забезпечення людини. Інновації в таких продуктах, як хліб, макарони можуть виявлятися у збільшенні пропозиції, клієнти є доволі консервативними та не асоціюють хліб або печиво з інноваціями. Інноваційні рішення, які можуть бути реалізовані приймаються на рівні лідерів, тобто вищої ланки менеджменту. Сприйняття клієнтами інновацій в різних галузях промисловості та різних сферах споживчого ринку є різним. Виховання необхідних продавцям споживчих настроїв виникає в цілому, завдяки консолідованим діям всіх продавців, які представляють відповідний галузевий діапазон. Готовність клієнта витратити більше на споживання виникає в супереч парадоксу Триффона, коли домогосподарства, в соціально-економічних умовах, що поліпшуються, збільшують питому вагу накопичень, в супереч потенціалу витрат, що зростає. В цьому напрямку використовуються виставки та ярмарки, різного роду масові заходи та інформаційні кампанії, які поліпшують настрої людини, збільшуючи його бажання до комфорту та активного споживання різного

роду соціальних благ, в першу чергу тих, що забезпечують його життя – джерел життєзабезпечення.

Висновки із цього дослідження. Отже, інновації на підприємстві є необхідною умовою його функціонування, як ринкового суб'єкта, так і виробничої одиниці. Інноваційність підприємства є готовністю власника до витрат, інвестицій та ризиків. Також, інноваційність є готовністю персоналу до змін, навчання, можливих зрушення у кар'єрі та зміни місця роботи. В той же час дана категорія є рушійною силою у конкурентній боротьбі за споживачів на ринку. Зазначимо, що життєзабезпечення діяльності підприємства – оптимально-достатній набір факторів виробництва та основних ресурсів, використання якого дає можливість залишатися на ринку, досягати основних цілей та задач, щодо досягнення місії з урахуванням впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища. У сучасних трансформаційних умовах інноваційність є основою життєзабезпечення діяльності підприємства.

Подальше коло наукових інтересів стосується якісно-кількісної оцінки показників життєзабезпечення діяльності промислового підприємства.

#### Список використаних джерел:

1. Ільєнкова В.Д. Інноваційний менеджмент : підручник для вузів. Москва : ЮНИТИ, 2016. 327 с.
2. Краснокутська Н.В. Інноваційний менеджмент : навчальний посібник. Київ : КНЕУ, 2013. 505 с.

3. Медынский В.Г. Инновационный менеджмент : учеб. Москва : Инфра-М, 2005. 293 с.
4. Гаманец А.С. К понятию инновации: стоимостной подход. *Вестник ИрГТУ*. 2012. № 11 (70). С. 209–215.
5. Гребенюк М.В. Система забезпечення продовольчої безпеки в законодавстві Європейського Союзу. *Право України*. 2010. № 9. С. 227–233.
6. Череп А.В. Управління собівартістю : монографія. Харків : Інжек, 2005. 376 с.
7. Мочерний С.В. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т. 3. Київ : Академія, 2002. 951 с.
8. Корінев В.Л. Оцінювання та планування фінансової діяльності підприємства. *Держава та регіони. Економіка та підприємництво*. 2011. № 4. С. 142–146.
9. Велика О.Ю. Особливості класифікації чинників зовнішнього середовища. *Інфраструктура ринку*. 2019. Випуск 29. С. 137–142.

#### References:

1. Ilij'enkova V.D. (2016) Innovacijnyj menedzhment: pidruchnyk dlja vuziv. Moskow: JuNYTY, 327 p.
2. Krasnokutsjka N.V. (2013). Innovacijnyj menedzhment: Navchalnyj posibnyk. Kyiv: KNEU, 505 p.
3. Medynskij V.Gh. (2005) Ynnovacyonnyj menedzhment: ucheb. Moskow: Ynfra-M, 293 p.
4. Ghamanec A.S. (2012) K ponjatyju ynnovacyu: stojmostnoj podkhd. *Vestnyk YrGhTU*, no. 11 (70), pp. 209–215.
5. Ghrebenjuk M.V. (2010) Systema zabezpechennja prodovoljchoji bezpeky v zakonodavstvi Jevropejsjkogho Sojuzu. *Pravo Ukrajinu*, no. 9, pp. 227–233.
6. Cherep A.V. (2005) Upravlinnja sobivartistju: monoghrafija. Kharkiv: Inzhek, 376 p.
7. Mochernyj S.V. (2002) Ekonomichna encyklopedija: U trjokh tomakh. T. 3. Kyiv: Akademija, 951 p.
8. Kopinjev V.L. (2011) Ocinjuvannja ta planuvannja finansovoji dijajlnosti pidpryjemstva. *Derzhava ta reghiony: Ekonomika ta pidpryjemnyctvo*, no. 4, pp. 142–146.
9. Velyka O.Ju. (2019) Osoblyvosti klasyfikaciji chynnykiv zovnishnjogho seredovyshha. *Infrastruktura rynku*, no. 29, pp. 137–142.