

характеризується не лише позитивним чи негативним результатом, вони стверджують, що відсутність результату – це також результат діяльності, наслідком якого є розсіювання накопиченої енергії (непродуктивне використання ресурсів), підкреслюючи тим самим неможливість отождолення ефективності та результативності.

Згідно з тим, що ефективність властива не будь-якій взаємодії, а лише цілеспрямованій, ефективність інноваційної діяльності будівельного підприємства доцільно визначати як досягнення максимально можливого результату від створення, впровадження та комерціалізації наукових розробок (результату-інновації), в протилежному випадку слід використовувати термін «результативність інноваційної діяльності».

Отже, ефективність інноваційної діяльності з позиції результативного підходу можна представити таким чином:

$$E_{фд} = f(Рез_{д}) \rightarrow \max$$

де $E_{фд}$ – ефективність інноваційної діяльності будівельного підприємства;

$Рез_{д}$ – рівень результативності інноваційної діяльності будівельного підприємства

Теоретично інноваційна діяльність, рівень результативності якої дорівнює 100%, є ефективною. Однак на практиці досягнення такого рівняння є практично неможливим. Тому його доцільно вважати еталонним під час визначення ефективності.

Таким чином, ефективною інноваційною діяльністю підприємства є така діяльність, яка має 100%-вий або максимально можливий за існуючих умов розвитку економіки рівень результативності від створення, розробки, впровадження та комерціалізації наукових розробок.

О.Г. Головка, канд. екон. наук, доц. (ХННІ ДВНЗ «УБС», Харків)

М.В. Пашкевич, студ. (ХННІ ДВНЗ «УБС», Харків)

СТАН І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ В УКРАЇНІ

Оволодіння технікою бізнес-планування стає сьогодні актуальним завданням підприємців. Починаючи свою діяльність, вони повинні чітко уявляти потребу на перспективу в фінансових, матеріальних, трудових та інтелектуальних ресурсах, джерелах їх отримання, а також вміти чітко розраховувати ефективність використання ресурсів у процесі роботи фірми.

Бізнес-план є основою підприємницької діяльності і являє собою комплексне дослідження різних сторін роботи фірми. У зв'язку з цим актуальність питань бізнес-планування, особливо в умовах ринкової економіки, не викликає сумнівів.

Бізнес-планування є однією з найважливіших складових системи фінансового планування на підприємствах, які функціонують в умовах конкурентного середовища, оскільки воно не тільки забезпечує внутрішні потреби підприємства в обґрунтованих кількісних оцінках майбутніх капіталовкладень, а й сприяє залученню надійних інвесторів для їх фінансування.

У сучасній практиці бізнес-план виконує такі функції: служить основою для розробки стратегії і тактики бізнесу; дозволяє проводити формування та реалізацію планових програм для оцінки потенціалу розвитку нового напрямку діяльності, контролювати процеси, що протікають в рамках бізнесу; повертає ззовні грошові кошти для розвитку або реінжинірингу бізнесу; залучає до реалізації планів бізнесу партнерів, які здатні вкласти в нього власний капітал або наявну в них технологію.

Сучасні темпи економічних змін настільки великі, що бізнес-планування представляється єдиним способом реального прогнозування майбутніх проблем і можливостей малих підприємств та підприємств взагалі. Саме бізнес-план забезпечує основу для прийняття ефективних управлінських рішень. Коли відомо, чого підприємство хоче досягти, легше знайти найбільш відповідні дії. Бізнес-планування сприяє зниженню ризиків при прийнятті рішень. Приймаючи обґрунтовані планові рішення, керівництво зменшує ризик помилки, обумовленої помилковою або недостовірною інформацією про можливості підприємства або про зовнішню ситуацію. Планування служить для формулювання і досягнення ключових цілей у рамках організації.

Завдяки розвитку ІТ багато завдань у сфері підприємництва можна вирішити автоматизованими засобами. Наприклад, програми для бізнес-планування спрощують складання проекту, включаючи в себе шаблон документа, готову стандартну структуру, калькулятори найбільш значущих показників. При цьому найчастіше разом з програмою клієнту надається кілька варіантів бізнес-планів, які виступають як типові, на які можна спертися як на зразок.

Найвідомішою є Project Expert. Ця програма завдяки своєму простому і достатньо зрозумілому інтерфейсу ідеально підходить для новачків, які ніколи раніше не займалися бізнес-плануванням за допомогою спеціального програмного забезпечення. У Project Expert включено велику кількість довідкової інформації, автоматичний розрахунок показників ефективності підприємства, функція підготовки інфографіки. Програма підійде як маленьким фірмам, так і холдингам.

Отже, бізнес-планування стає більш популярним та значущим серед малих та великих підприємств, створюються нові можливості задля спрощення розрахунків. Важливо пам'ятати, що бізнес-планування саме по собі не гарантує успіху, але воно може забезпечити немало важливих і сприятливих чинників для його досягнення.

С. Госн, асп. (НТУ «ХП», Харків)

СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВЗАЄМВІДНОСИНАМИ ЗІ СТЕЙКХОЛДЕРАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Управління підприємствами є набагато ефективнішим і результативнішим, якщо ураховуються інтереси різних зацікавлених сторін стейкхолдерів як зовнішніх: постачальників, покупців (споживачів), інвесторів, дистриб'юторів, фінансові організації, ЗМІ та громадські організації, міністерства, населення, держава – так і внутрішніх: акціонери (власники), топ-менеджери, співробітники, профспілкові організації тощо.

Такий великий перелік стейкхолдерів формує свою окрему складну систему їх взаємовідносин із кожним підприємством, що потребує максимального узгодження всіх взаємодій учасників ланцюга створення цінності на підприємстві – від постачальників до кінцевих споживачів. Складність та різновекторність таких взаємовідносин потребує формування різних інструментів управління взаємовідносинами зі стейкхолдерами. На сьогодні розроблено низку таких інструментів від управління відносинами з конкретними стейкхолдерами до концепцій загального управління взаємовідносинами стейкхолдерів з підприємством.

Найпоширенішими інструментами управління відносинами зі стейкхолдерами на підприємстві є такі:

- система управління взаємовідносинами зі споживачами (CRM – Customer Relationship Management) інтегрує всі сторони бізнесу, пов'язані з взаєминами з клієнтами: маркетинг, продаж продукції, обслуговування клієнтів, підтримку експлуатації продукції допомогою інтеграції людей, процесів та технологій

- система управління взаємовідносинами з партнерами (PRM – Partnership Relationship Management) передбачає оптимізацію роботи з партнерами для досягнення ними найкращого результату в угодах із загальними клієнтами і забезпечення задоволеності кінцевого споживача та партнера;