

- пошук і розробка нових наукових ідей;
- технологічна реалізація наукових ідей в рамках організації;
- комерціалізація нововведень.

У методичному плані оцінка рівня інноваційної діяльності організації повинна будуватися на основі принципу системності. Для реалізації даного підходу слід здійснити багаторівневу декомпозицію інноваційної діяльності з введенням в її структуру управляючих впливів, щоб уникнути або скоротити негативний вплив зовнішніх і внутрішніх факторів організаційного середовища.

Отже, формування інноваційного розвитку підприємства неможливо без базових етапів: оцінки рівня інноваційної діяльності та вибору шляху розвитку. Для оцінки інноваційної діяльності, на нашу думку, доцільно використовувати векторний аналіз. Аналіз отриманих з його допомогою даних може відобразити рівень інноваційної діяльності організації і виявити фактори, які в подальшому необхідно розвивати для поліпшення ситуації.

Список використаних джерел:

1. Кошевой Н. Н. Обеспечение развития наукоемкого производства в промышленности Украины / Н. Н. Кошевой // Проблемы устойчивости социально-экономического развития в условия глобализации : Материалы Международной научно-практической конференции (г. Душанбе, 8–9 апреля 2015 г.). – Душанбе, 2015. – С. 149–151.
2. Velychko O. Transformation and development of production-logistics enterprises in Ukrainian agrarian sector / O. Velychko, L. Velychko, J. Ramanauskas // Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development. – 2016. – Vol. 38. – No. 1. – P. 70–87.

Таранік А. А., Фортуна А. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ НА ЗАСАДАХ БЕРЕЖЛИВОГО ВИРОБНИЦТВА

Бережливе виробництво – це не просто засіб проти втрат в абстрактному сенсі слова. Це засіб боротьби з тривалим економічним застоєм (перевиробництвом), циклічно охоплює всі економіки світу. В даний час в умовах світової фінансово кризи бережливе виробництво набуває нового ще більш затребуваний

значення. Ключовим поняттям, що дозволяє розкрити сутність бережливого виробництва є поняття цінності. З точки зору конкуренції цінність – це та сума, яку покупці згодні заплатити за те, що їм надає фірма. Цінність вимірюється загальним доходом, що відображає ціну, яку можна призначити за продукт, і кількістю одиниць такого продукту, яке можна продати. Говорячи мовою японських «гуру менеджменту», цінність – це саме той продукт, який потрібно, в потрібній кількості, в потрібний час, найвищої якості і за належною ціною. Споживач купує товар, тому що він має для нього певну цінність. У процесі виробництва відбувається додавання цінності, коли матеріали так змінюються, що набувають цінності для споживача. Якщо підприємство піднімає ціну, а цінність залишиться тією ж, то підприємство ризикує втратити свого споживача.

Другим важливим поняттям є поняття втрат. Втрати – це дії, які вимагають тимчасових і інших витрат, але при цьому не додають цінності продукту. З точки зору бережливого менеджменту якості кожна дія має бути піддано перевірці на факт створення ним необхідної величини цінності. Тільки в цьому випадку можуть бути усунені причини проблем, що ведуть до втрат. У концепції бережливого виробництва втрати можуть бути, по-перше, пов'язані з діями, не додає цінності, але в даний момент необхідними для здійснення операцій. Такі дії нічого не дають клієнту, але допомагають менеджерам або зацікавленим сторонам. Відповідно до такої позиції накладні витрати є спочатку за своєю природою втратами і в ідеальному випадку повинні бути рівні нулю. Зусилля менеджменту в першу чергу повинні бути спрямовані на їх мінімізацію. По-друге, необхідно розрізняти втрати, пов'язані з діями, які не тільки не додають, а й відбирають цінність з точки зору кожного зацікавленої особи, включаючи клієнтів, акціонерів і співробітників. Такі дії приносять прямий збиток компанії і повинні бути усунені якомога раніше. Згідно з однією з поширених класифікацій втрати можна розглядати, відповідаючи на питання: «Хто такий TimWood (Transport, Inventory, Motion, Waiting, Overproduction, Over-processing, Defects)». Дане питання розкриває класифікацію втрат, пов'язаних [1]: з транспортуванням (Transport); з непотрібними запасами (Inventory); з непотрібними рухами (Motion); з очікуванням

(Waiting); з перевиробництвом (Overproduction); з самою обробкою (Over-processing); з виробництвом дефектної продукції (Defects).

У свою чергу, виробничі програми сучасного підприємства повинні відповідати таким вимогам: збільшення варіантності кінцевого продукту, скорочення життєвого циклу продукту, зменшення розміру серії продукту, скорочення термінів зміни продукту, розширення асортименту продукту, скорочення термінів поставки [2]. Ідеї бережливого виробництва засновані на всебічному зниженні часу виробничого циклу. З цією метою здійснюється вирівнювання обсягів виробництва між процесами, синхронізація всіх процесів, зменшення розміру транспортується партії до одного виробу, поліпшення розташування робочих ділянок, зменшення розміру партії. Все це призводить до усунення затримок процесів і партій, зменшує обсяг транспортувань і складських запасів, оптимізує виробничий цикл. Вирівнювання виробничого процесу по такту (коли кожен працівник виконує свої операції з однаковою частотою) має і соціально-значимий ефект. При однаковій завантаженні і внесок кожного працівника в загальний прибуток підприємства створюється «ефект команди», зростає продуктивність праці, знижується ймовірність конфліктів, система менеджменту якості починає працювати «як годинник» і можливо з синергетичним ефектом.

Іншими принципами бережливого виробництва (на прикладі виробничої системи «Toyota») є наступні:

- витягує виробництво (продукція «витягується» з боку замовника, а не нав'язується виробником);
- чудову якість (задача з першого пред'явлення, система нуль дефектів, виявлення та вирішення проблем у витоків їх виникнення);
- мінімізація втрат (усунення всіх видів діяльності, які не приносять додаткової вартості замовнику);
- максимальне використання всіх ресурсів (капітал, люди, земля);
- безперервне поліпшення (зниження витрат, підвищення якості продукції і використовуваної інформації, зростання продуктивності);
- гнучкість (встановлення довготривалих відносин з замовником, шляхом ділення ризиків, витрат і знань). В цьому випадку можна говорити про

конкурентоспроможність, засновану на часі. Аналіз роботи підприємств відповідно до такого принципу показує, що існує ряд правил, враховувати які зобов'язаний кожен керівник:

1) правило 0,05–5. У багатьох галузях цінність фактично додається лише протягом 0,05–5 % загального часу;

2) правило 3/3. Час очікування, коли цінність не додається, ділиться на три приблизно рівні частки. Це очікування кінця партії, фізичної та інтелектуальної переробки та управлінських рішень про її переміщенні вперед;

3) правило 1/4– 2 – 20. Кожне скорочення вчетверо загального часу виконання тягне за собою подвоєння продуктивності і скорочення витрат на 20 %;

4) правило 3×2. Конкуренція на основі часу дає в даній галузі зростання в три рази вище середнього і подвійний прибуток.

Список використаних джерел:

1. Луйстер Т. Бережливое производство от слов к делу / Т. Луйстер, Д. Теппинг ; пер. с англ. А. Л. Раскина ; под ред. В. В. Брагина. – М. : Стандарты и качество, 2008. – 130 с.
2. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент / Р. А. Фатхутдинов. – М. : Издательское агентство 2006. – 195 с.
3. Економічне управління підприємством : навч. посіб. / А. М. Колосов, О. В. Коваленко, С. К. Кучеренко, В. Г. Бикова ; за заг. ред. А. М. Колосова. – Старобільськ : Вид-во держ. закл. «Луган. нац. ун-т імені Тараса Шевченка», 2015. – 352 с.

Тімар І. В., Жерьобкін Р. М.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Туризм, як окрема галузь економіки, є відносно молодим напрямком. До середини ХХ ст. туристична діяльність не розглядалася як окреме джерело доходів, яке потребує стратегічного розвитку. Зміни форм та змісту туризму, що відбулися у 50-ті роки ХХ ст., привернули увагу наукової спільноти до цієї сфери діяльності. У ті часи в економічній літературі з'являються перші оцінки туризму як економічного феномену, усвідомлюється його фактична та потенційна