

ОРГАНІЗАЦІЯ РУХУ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОТОКІВ У ПРОЦЕСІ РОЗРОБЛЕННЯ ВИРОБНИЧОЇ ПРОГРАМИ В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

© Возний Д.Р., Гончар М.Ф., Возний Н.Р., 2011

Якщо розглядати процес формування управлінських рішень щодо розробки виробничої програми машинобудівного підприємства, то потрібно насамперед проаналізувати рух горизонтальних та вертикальних інформаційних потоків між підрозділами апарату управління підприємствами та його окремими посадовими особами, які приймають участь у такому процесі.

Стосовно руху горизонтальних потоків інформації у процесі розробки управлінських рішень, що розглядаються, то нами пропонується розповсюдити механізм оберненого зв'язку, що використовується в основному при організації вертикальних (скалярних) інформаційних потоків. З цією метою необхідно, щоб процес формування управлінських рішень щодо розробки виробничої програми машинобудівного підприємства передбачав такі основні етапи:

1) аналізується відповідність існуючої організаційної структури управління підприємством рівню складності та послідовності процесу такої розробки. Огляд літературних джерел та власні дослідження показали, що раціональна організаційна структура управління машинобудівним підприємством, що є достатньо адаптованою до механізму ухвалення обґрунтованих виробничих рішень повинна передбачати наявність серед інших таких структурних підрозділів в апараті управління цим підприємством: відділ збуту та формування цін; виробничо-технічний відділ; відділ матеріально-технічного постачання; відділ праці та заробітної плати; планово-економічний відділ (очевидно, що назви цих підрозділів на практиці можуть бути дещо іншими).

2) планово-економічний відділ підприємства на підставі обчисленої ним повної собівартості одиниці продукції за кожним її видом порівнює її величину з прогнозною ціною та визначає попередню прогнозну оцінку прибутку від реалізації одиниці продукції. Якщо розмір такого прибутку не перевищує мінімально припустиму його величину, то висновок про доцільність її виготовлення та реалізації у певному регіоні буде негативним. Якщо ж розмір такого прибутку перевищує мінімально припустиму його величину, то планово-економічний відділ обчислює запас міцності показника прибутку та розподіляє його між окремими показниками, що формують цей запас. При цьому до таких показників слід насамперед віднести: показник гуртової ціни продукції; показник матеріальних витрат на одиницю продукції; показник заробітної плати працівників на одиницю продукції; показник витрат на збут на одиницю продукції.

Тоді запас міцності за кожним з таких показників можна обчислити за формулою:

$$Z_i = \Delta\Pi \frac{P_i}{\sum_{i=1}^n P_i} \quad (1)$$

де Z_i – прогнозний запас міцності i -того показника; $\Delta\Pi$ –запас міцності прибутку на одиницю певного виду продукції, який виготовляє або планує виготовляти дане підприємство; P_i – значення i -того показника, що впливають на розмір прибутку; n – кількість показників, що розглядаються.

3) обчисливши прогнозні запаси міцності за кожним з показників, що впливають на розмір прибутку від реалізації продукції, планово-економічний відділ передає ці значення відповідним структурним підрозділам, які відповідають за обчислення певних показників з тим, щоб вони повторно оцінили обґрунтованість їх обрахунку та надали висновок про рівень імовірності того, що прогнозні значення цих показників будуть задовольняти межі міцності.

За умов такої організації руху інформаційних потоків можна суттєво підвищити рівень обґрунтованості управлінських рішень щодо формування виробничої програми підприємства.

1. *Новаківський І.І., Грибик І.І., Федак Т.В. Інформаційні системи в менеджменті: системний підхід: Посібник, вид. 2-ге, випр., доп. видавництво ЛП, 2010. 260 с.* 2. *Петрович Й. М., Прокопишин-Рашкевич Л. М. Інноваційний потенціал управління організацією: Монографія, видавництво ЛП, Львів, 2010, 184 с.* 3. *Василенко В.О., Шматько В.Г. Інноваційний менеджмент: Навч. посіб. За ред. В.О.Василенко. – К.: ЦУЛ, Фенікс, 2003. – 440 с.* 4. *Сідун В.А., Пономарьова Ю.В. Економіка підприємства: Посібник: вид. 2-ге, випр., доп. - К.: Центр навчальної літератури, 2006. - 356 с.*

М.М. Вороновська

Національний університет “Львівська політехніка”

ДОПЛАТИ І НАДБАВКИ У СТИМУЛЮВАННІ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

© Вороновська М.М., 2011

Інноваційна діяльність підприємства є важливим чинником його конкурентоспроможності. Завдяки впровадженню інновацій, підприємство має змогу удосконалювати процес виробництва товарів (надання послуг), покращувати якісні характеристики виробів, знижувати рівень витрат тощо. У сучасних ринкових умовах господарювання залучення підприємства до інноваційного процесу сприяє більш результативному задоволенню потреб споживачів та формує довгострокові перспективи його розвитку.

Для досягнення цих цілей на підприємстві слід здійснювати управління інноваційною діяльністю, важливим елементом якого є стимулювання – чітко усвідомлене заохочення керівником працівників–інноваторів задля отримання найвищих результатів у інноваційній діяльності [1, с.84]. Для стимулювання інноваційної діяльності можуть бути використані як матеріальні (премії, доплати, надбавки, подарунки), так і нематеріальні стимули. Зупинимось детальніше на доплатах і надбавках та їх значення у стимулюванні інноваційної діяльності.

Доплати і надбавки формують додаткову заробітну плату працівника підприємства - винагороду за працю понад установлені норми, здійснену також за успіхи чи винахідливість у праці та її особливі умови [2, ст.2]. Разом із преміями, гарантійними та компенсаційними доплатами доплати і надбавки слугують важливим елементом матеріального стимулювання праці.

Кількість доплат і надбавок, які можуть бути застосовані на підприємстві становить близько 50. Певну частину даного переліку передбачено Кодексом законів про працю та іншими актами законодавства України, а іншу, досить значну частину впроваджено ще спеціальними постановами уряду колишнього Радянського Союзу. Незважаючи на це, як перша, так і друга частина доплат та надбавок знайшла широке застосування у практиці управління підприємствами.

З одного боку, доплати і надбавки є самостійними елементами у структурі заробітної плати, з іншого – вони виступають складовою тарифної системи підприємства. Незважаючи на це, доплати і надбавки характеризуються низкою відмінностей від класичного поняття тарифу. Зокрема, вони відзначаються необов'язковим характером, рухливістю (можливістю диференціації у залежності від умов, які склались на підприємстві) та непостійністю (у випадку відсутності особливих умов трудової діяльності на підприємстві, доплати і надбавки можуть не виплачуватись) [3].