

СТРАТЕГІЧНЕ ЗНАЧЕННЯ ВИМІРЮВАННЯ РУХУ МАСИ ДОДАТКОВОГО ПРОДУКТУ В РОБОЧОМУ ДНІ

Актуальність теми обумовлена особливостями й проблемами реалізації стратегії організації, що є одним з головних пріоритетів її успішного розвитку. Залежність результатів стратегічного аналізу від аналітичних здібностей стратега й вміння застосовувати інформацію щодо багатьох параметрів є однією з причин негативного результату впровадження стратегічного управління в організаціях взагалі. Необхідність вирішення даної проблеми зумовлюється тим, що дієвість інструментів стратегічного аналізу безпосередньо залежить від вміння стратега якісно й обґрунтовано формувати склад ключових факторів успіху організації й відповідально ставитися до процесу розробки стратегій її впровадження.

Стратегічний аналіз організації здійснюється переважно в двох напрямках: всебічний аналіз й дослідження ринку та аналіз конкурентної позиції організації на цьому ринку. Кожен інструмент стратегічного аналізу має свої особливості, а саме переваги й недоліки, та їх комплексне застосування дозволяє стратегу сформувати об'єктивну й обґрунтовану стратегію.

В роботі пропонується при розрахунку інтегрального загального показника конкурентоспроможності організації в стратегічних інструментах до складу ключових факторів успіху додати визначення розміру руху додаткового продукту, тому що при оцінці інноваційної діяльності суб'єкта накопичення потенційних коштів по завершенню виробничого процесу приймає форму доходу.

Визначення розміру еталонного руху маси додаткового продукту в робочому дні дає можливість визначити фактор сильної або слабкої сторони організації в SWOT аналізі, своєчасно запровадити механізми заохочення діяльності персоналу при формуванні стратегії.

Саме вимір руху додаткового продукту, як рівень інноваційної активності (або інноваційного розвитку), пропонується внести до групи системних критеріїв оцінювання організації «конкурентні переваги» SPACE-аналізу.

З урахуванням того, що результатом інноваційної діяльності працівника є рух додаткового продукту в робочому дні, розмір якого визначає цінність її інноваційної активності, його вимір пропонується визначати в системі збалансованих показників, в перспективі «навчання, розвиток, людський капітал», адже отримані результати дозволять сформувати систему мотивації персоналу на досягнення стратегічних цілей.

Запропонований в роботі підхід до розробки стратегії, дозволяє визначити рух додаткового продукту, як конкурентну перевагу організації, адже саме він дає можливість відстежувати інноваційну активність в спільному виробничому процесі; здійснювати збір емпіричної інформації, для прийняття логістичних рішень по використанню енергії інновацій; особисто контролювати рух додаткового продукту відповідно до руху спільного потенційного капіталу; аналізувати відповідність руху особистого додаткового продукту руху оплаті праці; визначитися в інформаційній базі логістики інноваційного менеджменту; формувати більш дієву мотиваційну стратегічно орієнтовану систему.

Список джерел інформації:

1. Позднякова С. Формування механізму управління людським капіталом / С. Позднякова, О. Следь // Економічний аналіз. 2010. — № 7. — С. 323-326.
2. Докучаєв О.А. Методи дослідження механізму мотивації персоналу підприємства/ О. А. Докучаєв // Економіка та держава: Міжнародний науково-практичний журнал. – 2006. – №8. – С. 79-82.
3. Каплан Р.С. Организация, ориентированная на стратегию Р.С. Каплан, Д.П. Нортон. – М. : ЗАО «Олимп-Бизнес», 2005. – 416 с.
4. Краснокутська Н.С. Стратегічне управління : навчальний посібник для студентів економічних спеціальностей / Н.С. Краснокутська, І.А. Кабанець – Харків : НТУ «ХП», 2017. – 460 с.