

МЕХАНІЗМ РЕАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація. Розроблено механізм реалізації інноваційних проектів на підприємстві, який передбачає формування інноваційної стратегії підприємства, проведення інноваційних маркетингових досліджень, проведення економічних розрахунків доцільності реалізації проекту та безпосередньо організація реалізації самого проекту. Результати роботи можуть бути використані у подальших наукових дослідженнях і практичних розробках у сфері реалізації інноваційних проектів на підприємствах.

Ключові слова: інновації, інноваційні проекти, інноваційна стратегія, інноваційні цілі, інноваційний розвиток, механізм.

Abstract. The mechanism of implementation of innovative projects at the enterprise is developed, which involves the formation of an innovative strategy of the enterprise, conducting innovative marketing researches, conducting economic calculations of the feasibility of the project implementation and directly organizing the implementation of the project itself. The results of the work can be used in further scientific research and practical developments in the field of implementation of innovative projects at enterprises.

Key words: innovations, innovative projects, innovation strategy, innovation goals, innovative development, mechanism.

Останнім часом спостерігається тенденція до збільшення інноваційно активних підприємств та впровадження інноваційних проектів на вітчизняних підприємств (рис. 1). Більш за все інновацій впроваджується на підприємствах з виробництва: харчових продуктів, напоїв і тютюнових виробів; текстильному виробництві, виробництві одягу, шкіри; виробів з деревини, виробництва паперу та поліграфічна діяльність; гумових та пластикових виробів [1].

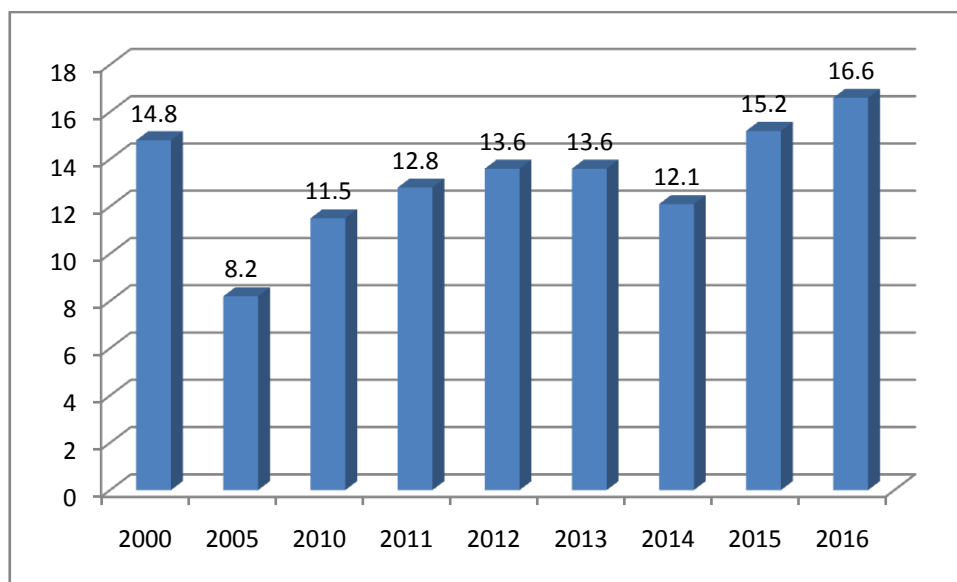


Рис. 1. Питома вага підприємств, що впроваджували інновації. %

Однак в сучасних умовах динамічного економічного розвитку, жорсткої конкуренції на ринку між суб'єктами господарювання, розвитку науки і техніки, інтелектуалізації основних факторів виробництва, підприємствам необхідно формувати ефективні механізми реалізації інноваційних проектів, які дадуть можливість досягнути конкурентних переваг на внутрішньому і зовнішньому ринку.

Основними перешкодами на думку Лапін О. та Марчук Н. [3] при впровадженні інноваційних проектів є невідповідність організаційної структури основним вимогам інноваційного розвитку підприємства, відсутність фінансових ресурсів для розробки і реалізації інновацій, недосконала нормативно-правова система стимулювання інноваційної діяльності підприємства, відсутність дієвого механізму реалізації інноваційних проектів на підприємстві.

Для подолання перешкод щодо впровадження інновацій на підприємстві пропонується дотримуватись принципів: планування, цілеспрямованості, стратегічної інноваційної орієнтованості, комплексності та ефективності, які полягають в залученні при створенні інновацій креативних людей з дивергентним мисленням, використовувати матеріальні і нематеріальні методи мотивації, планувати свою роботу та чітко визначати цілі та здійснювати контроль за виконанням стратегічних планів інноваційної політики компанії.

Для створення механізму реалізації інноваційних проектів на підприємстві необхідно враховувати фактори інноваційного розвитку світової економіки, фактори розвитку держави і самі важливі це виробничі фактори підприємства (рівень модернізації обладнання, рівень підготовки персоналу, можливості освоєння нового виду продукції, його реалізації та інші).

Формування механізму реалізації інноваційних проектів на підприємстві необхідно розпочинати з формування стратегії інноваційного розвитку, яка спрямована на досягнення довгострокових конкурентних переваг на зовнішньому та внутрішньому ринку підприємства. Розробка інноваційної стратегії підприємства включає визначення інноваційних цілей щодо реалізації інноваційних проектів, формування задач, щодо досягнення цілей, розробка організаційно - економічних заходів, які забезпечують реалізацію поставлених завдань.

Перший етап реалізації інноваційних проектів – це оцінка сильних і слабких місць підприємства, причин їх виникнення та пошук резервів підвищення інноваційної активності підприємства. Для цього проводять вивчення зовнішнього та внутрішнього середовища. Зовнішнє середовище включає вивчення нормативної та законодавчої бази, досягнення науки і техніки, науково-технічної політики держави, технологічної підтримки держави, регіональної інноваційної політики. Внутрішнє середовище включає: оцінку фінансових ресурсів на реалізацію інноваційного проекту (наявність власних коштів, можливість отримання кредиту, наявність ліквідних активів), оцінку матеріальних ресурсів (сировинна, обладнання для виготовлення інноваційної продукції, технологічна база, тощо); оцінка трудових ресурсів (наявність інноваційно активного персоналу, його кваліфікації); оцінка інформаційних ресурсів (інформація щодо актуальності розробки, потреб ринку, патентного захисту, можливостей просування товару на ринок); інструментальне забезпечення (методи генерування ідей, методи оцінки ефективності інноваційних рішень, методи управління змінами (бенчмаркетинг, аутсорсинг, даудсайсинг)).

Наступний етап це проведення маркетингових досліджень. Даний етап включає проведення патентних досліджень з метою виявлення, які ніші зайняти, а які ні, а також вивчення можливостей внутрішнього і зовнішнього ринку. Це дає можливість великим компаніям не змінювати істотно своє виробництво, а пристосуватись до сформованої ринкової кон'юнктури, а малим підприємствам чітко визначитись зі своїм сегментом ринку.

Наступний крок це інженерний, який включає проведення НДДКР, розробку нових видів продукції, економічне обґрунтування реалізації інноваційної продукції, яке включає в себе складання калькуляції усіх витрат пов'язаних з реалізацією проекту, обґрунтування ціни на інноваційну продукцію, прогнозування доходів від реалізації проекту тощо.

Після нього настає самий головний етап виробничий або його ще можна назвати організаційний. На цьому етапі формується оптимальна організаційна структура, створюються матеріальні передумови для реалізації проекту, залучаються інвестори для реалізації інноваційних проектів, відбувається співпраця з органами державної влади, здійснюється правовий захист інноваційної продукції, формується маркетингова комунікаційна політика, яка включає рекламу, формування бренду продукції, роботу з громадськістю, стимулювання збуту, участь у виставках тощо. Далі здійснюється реалізація інноваційного проекту. Після чого необхідно провести оцінку ефективності комерціалізації інноваційного проекту, яка включає підрахунок всіх фактичних витрат пов'язаних з реалізацією проекту, аналіз доходів від реалізації проекту, порівняння планових і фактичних доходів і витрат, визначення рентабельності проекту. Якщо отримані результати влаштовують інвесторів тоді необхідно налагоджувати систему збуту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Впровадження інновацій на промислових підприємствах. Режим доступу. <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Крикуненко Д. О. Проблеми впровадження інновацій на підприємствах / Д. О. Крикуненко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 4, Т. I. – С. 45-49.
3. Лапін О. Особливості впровадження технологічних інновацій на промисловому підприємстві / О. Лапін, Н. Марчук // Науковий вісник Одеського національного економічного університету. – 2014. – № 9 (217). – С. 109-123.
4. Максимова Т. С. Формування інноваційної політики на підприємстві / Т. С. Максимова, О. В. Філімонова, К. В. Лиштван // Економічний вісник Донбасу. – 2010. – №2 (20). – С. 181-183.
5. Рогоза М. Є. Стратегічний інноваційний розвиток підприємств: моделі та механізми : монографія / М. Є. Рогоза, К. Ю. Вергал. – Полтава : РВВ ПУЕТ, 2011. – 136 с.
6. Гончаров В. М., Формування організаційно-економічного механізму системи інноваційного розвитку підприємств регіону: монографія / Гончаров В. М., Деречинський Ю. Н., Припотень В. Ю., Коверга С. В. та ін.. – Донецьк : СПД Купріянов В. С. – 2009. – 280 с.
7. Кузьмин О. Є. Реалізація інноваційної продукції машинобудівними підприємствами / О. Є. Кузьмин, Р. С. Косцик // Бізнес інформ. – 2014. – № 2. – С. 154-159.
8. Зянько В. В. Інноваційне підприємництво: сутність, механізм і форми розвитку. Монографія. / В. В. Зянько–Вінниця: УНІВЕРСУМ – Вінниця, 2008. – 397 с.
9. Рач В. А. Особливості реєстрації та фінансування інноваційних та інвестиційних проектів, які реалізуються в рамках державної стратегії розвитку / В. А. Рач, О. В. Бірюков // Управління проектами та розвиток виробництва. – 2013. – № 3 (47). – С. 56-75.
10. Чайка І. В. Проблеми та шляхи покращення фінансування інноваційних програм і проектів в Україні / І. В. Чайка // Сталий розвиток економіки. – 2013. – 1 (18). – С. 234-237.
11. Сидорчук І. П. Структурологічна модель організаційно-економічного механізму інноваційного розвитку промислового підприємства. / І. П. Сидорчук // Вісник Хмельницького національного технічного університету. – 2017. – № 3. – Том 1. – С. 240-245.
12. Касс М. Е. Формирование стратегии инновационного развития предприятия на основе управления нематериальными активами : монография / М. Е. Касс; Нижегород. гос. архитектур.-строит. ун-т. – Н. Новгород : ННГАСУ, 2011. – 159 с.
13. Жалдак Г. П. Основи формування соціально-економічного механізму інноваційного розвитку промислових підприємств / Г. П. Жалдак // Технологический аудит и резервы производства. – 2014. - № 3. – Вип. 3. – С. 43-46.
14. Кузольева И. А. Механизм управления инновационным развитием предприятий промышленности [Электронный ресурс] / И.А. Кузольева, С.Г. Кузнецов, О.Г. Кураленко // Управление экономическими системами. – Режим доступа: <http://uecs.ru/uecs-33-332011/item/611>
15. Лесько О. Й. Структурно-логічна модель методик економічного обґрунтування інноваційних розробок [Текст] / О. Й. Лесько, О. О. Адлер // Економічний аналіз. – Т. 27 (№1). – 2017. – С. 164-170.

Ратушняк Ольга Георгіївна, к. т. н., доцент кафедри економіка підприємства і виробничого менеджменту Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця, ogratushnyak@gmail.com