

СЕКЦІЯ 5 РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

УДК 658.5:005.342:005.21

Носенко А.С.
аспірант

Запорозького національного університету

УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ К ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ С УЧЕТОМ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА И СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ

Исследованы методические подходы к формированию стратегии инновационного развития предприятия с учетом жизненного цикла. Выделены условия, обеспечивающие качество инновационного продукта и конкурентное преимущество предприятию, выводящему инновационный продукт на рынок. Определено значение инновационного проекта для производства высококачественной продукции предприятий и факторы, которые влияют на эффективность инновационной деятельности в процессе формирования стратегии дальнейшего развития. Усовершенствован методический подход к оценке эффективности инновационных проектов с учетом жизненного цикла и стратегии развития.

Ключевые слова: жизненный цикл, стратегия, инновации, проект, продукт, рынок, стадия, развитие, эффективность, результаты, факторы.

Носенко О.С. УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИЧНИХ ПІДХОДІВ ДО ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ З УРАХУВАННЯМ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ТА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

Досліджено методичні підходи до формування стратегії інноваційного розвитку підприємства з урахуванням життєвого циклу. Виділені умови забезпечують якість інноваційного продукту і конкурентну перевагу підприємству, що виводить інноваційний продукт на ринок. Визначено значення інноваційного проекту для виробництва високоякісної продукції підприємств та фактори, які впливають на ефективність інноваційної діяльності в процесі формування стратегії подальшого розвитку. Удосконалено методичний підхід до оцінки ефективності інноваційних проєктів з урахуванням життєвого циклу та стратегії розвитку.

Ключові слова: життєвий цикл, стратегія, інновації, проєкт, продукт, ринок, стадія, розвиток, ефективність, результати, чинники.

Nosenko A.I.S. IMPROVEMENT OF METHODOLOGICAL APPROACHES TO ASSESSING EFFECTIVENESS OF INNOVATIVE PROJECTS TAKING INTO ACCOUNT THE LIFE CYCLE AND DEVELOPMENT STRATEGY

Investigated methodological approaches to the formation of strategy of innovative development of the enterprise taking into account life cycle. Selected conditions ensuring the quality of product innovation and competitive advantage to the company, bringing innovative products to the market. Defined value of an innovation project for the production of high quality products and the factors that affect the effectiveness of innovation in the process of developing a strategy for further development. Improved methodological approach to the assessment of effectiveness innovative projects taking into account the life cycle and development strategy.

Keywords: Life cycle, strategy, innovation, project, product, market, stage, development, efficiency, results, factors.

Вступление. Термины «проектирование» и «разработка» иногда используют как синонимы, а иногда – для определения различных стадий процесса проектирования и разработки в целом. Для обозначения объекта проектирования и разработки могут применяться определяющие слова (например, проектирование и разработка продукции или проектирование и разработка процесса).

Таким образом, проектирование жизненного цикла инновации можно определить как процесс, переводящий требования потребителей в установленные характеристики инновационной продукции, результатом которого должен стать определенный план, содержащий описание стадий существования инновационного продукта, период времени, в течение которого этот продукт будет обладать активной жизненной силой и приносить производителю или продавцу прибыль или другую реальную выгоду.

При проектировании жизненного цикла инновации необходимо планировать качество будущего инновационного продукта. При этом планировать придется предполагаемое качество, т.е. качество еще не существующей в материальном воплощении продукции, связанное с предполагаемой потребностью, существующее лишь в нашем сознании. Такое пла-

нирование осуществляется на каждой стадии жизненного цикла инновации.

Анализ последних публикаций. Теоретическую основу исследования составляют современные теории инновационного развития предприятия. Социально-экономические, организационно-управленческие проблемы организации технико-технологической базы производственного предприятия, вопросы инновационного обеспечения их прохождения отражены в публикациях О.Г. Турове [1], З.Є. Шершневой [2], В.О. Василенко, В.Г. Шматько [3], М.В. Чорной [4], С.В. Глуховой [4], А.С. Полянской [5] и ряда других авторов. Это предопределяет возможность глубокого и всестороннего анализа функционирования, развития технико-технологической базы производства и инновационной деятельности предприятий.

Постановка проблемы. Сегодняшний рынок требует от менеджмента большей динамичности. Главное слово в лексиконе успешного руководителя – «инновации». Наиболее успешно в рыночных условиях предприятие, избирающее инновационную стратегию, когда приоритеты выстраиваются от инноваций к качеству и затем издержкам. Новая продукция и услуги дают ему большие конкурентные преимущества, но при этом оно должно сохранять

высокий уровень обеспечения качества, иначе его преимущества недолговечны.

Оптимальный вариант для предприятия, ориентированного на инновации, – менеджмент качества уже во время маркетинга новой продукции, планирования и проектирования, а не только в процессе производства.

Таким образом, выполнение вышеперечисленных условий позволит обеспечить качество инновационного продукта и конкурентное преимущество предприятию, выводящему инновационный продукт на рынок.

Целью статьи является разработка методических подход к формированию стратегии управления инновационными проектами предприятий.

Изложение основного материала. Значение проекта для производства высококачественной продукции определяется многими факторами, основными из которых являются следующие:

- качество и конкурентоспособность инновационной продукции, которая будет изготавливаться и поставляться потребителю на основе проекта;
- сроки разработки проекта;
- возможность на его основе быстро подготовить и развернуть в нужных количествах производство новой конкурентоспособной продукции;
- четкое оформление документов, входящих в состав проекта, обеспечивающее единообразное понимание, быструю и качественную подготовку и развертывание производства продукции;
- бюджет проекта, величина которого зачастую влияет на такие параметры проекта, как сроки вывода продукции на рынок и качество инновационной продукции.

Выходы (результаты) каждой стадии необходимо планировать очень конкретно (подробно). Они могут быть как материальные, документальные, так и носить информационный характер. Для стадии проектирования и разработки продукции выходом может быть комплект технической документации (конструкторской и технологической) и опытный образец, а для стадии стабилизации рынка выходом может быть информация о доли рынка, о рентабельности продукции.

Такой план ЖЦИ можно считать планом по качеству для определенного инновационного продукта при условии, что основные показатели результативности и эффективности будут отражать требования к качеству инновационного продукта, либо при условии добавления в таблицу колонки, содержащей данные требования.

Прибыль, полученная за счет реализации инновации, может использоваться по различным направлениям, в том числе и в качестве капитала. Этот капитал может направляться на финансирование новых видов инноваций. Таким образом, использование прибыли от инновации для инвестирования составляет содержание инвестиционной функции инновации.

Получение предпринимателем прибыли за счет реализации инновации прямо соответствует основной цели любой коммерческой организации. Прибыль служит стимулом для предпринимателя для внедрения новых инноваций; побуждает его постоянно изучать спрос, совершенствовать организацию маркетинговой деятельности, применять современные методы управления финансами. Все вместе это составляет содержание стимулирующей функции инновации.

Побудительным механизмом развития инноваций, в первую очередь, является рыночная конкуренция.

В условиях рынка производители продукции или услуг постоянно вынуждены искать пути сокращения издержек производства и выхода на новые рынки сбыта. Поэтому предпринимательские фирмы, первыми освоившие эффективные инновации, получают весомое преимущество перед конкурентами.

Инновация является реализованным на рынке результатом, полученным от вложения капитала в новый продукт или операцию (технологию, процесс). В связи с этим необходимо подчеркнуть, что при всем разнообразии рыночных новшеств важным условием для их практической реализации в бизнесе является привлечение инновационных инвестиций в достаточном объеме.

В силу своей специфики малым предприятиям приходится проявлять большую активность на рынке, используя свою гибкость и способность к быстрой переориентации. Поэтому зачастую именно малые предприятия становятся первооткрывателями новых продуктов и новых технологий в различных отраслях. Установлено, что инновационная деятельность способствует повышению выживаемости предприятия в конкурентной борьбе, что особенно важно для них в современных условиях [1].

В построении стратегии инновационного развития следует исходить из этих принципов. При этом отметить еще принципиально важные постулаты концепции гармонического развития: универсальная цель, поддержание гармонии и равновесия породившей системы, триединство сущностей каждой рассматриваемой системы, количественное соотношение причинно обусловленных параметров и событий, которые соответствуют правилу «золотой пропорции», описанному в математическом методе Фибоначчи.

Разновидности и инновационная роль специализированных предприятий – пациентов.

Предприятия-пациенты («хитрые лисы») могут быть разных размеров: малые, средние и даже изредка крупные. Пациентная стратегия – это стратегия дифференциации продукции и занятия своей ниши, узкого сегмента рынка. В пациентной (нишевой) стратегии четко прослеживаются две составляющие подстратегии:

- ставка на дифференциацию продукта;
- необходимость сосредоточить максимум усилий на узком сегменте рынка.

Дифференциация продукции – шаг навстречу тому потребителю, которому не нужна массовая стандартная продукция. Она позволяет также пациенту открыть свое дело по производству дифференцированной продукции. При этом пациент использует различия в качестве товара, сервисе и рекламе.

При специализированном производстве запас конкурентоспособности товара возникает в основном благодаря высокой потребительской ценности товара. Пациенту приходится точно определять и обеспечивать ее.

Стратегии инновационных исследовательских и разрабатывающих организаций – эксплерентов.

Фирмы-эксплеренты – в основном небольшие организации. Их главная роль в экономике – инновационная, состоящая в создании радикальных, «прорывных» нововведений: новых продуктов и новых технологий во всех отраслях народного хозяйства.

Как создатели радикальных нововведений предприятия-эксплеренты, или так называемые «ласточки», отличаются своей целеустремленностью, преданностью идее, высоким профессиональным уровнем сотрудников и лидера, большими расходами на НИОКР.

Стратегии в сфере мелкого неспециализированного бизнеса – коммутанты.

Мелкий бизнес важен не только своей многочисленностью, но и способностью решать функциональные задачи, выдвигаемые экономикой:

1. Обслуживать локальные потребности.
2. Выполнять производственные функции на уровне деталей и повышать эффективность крупного производства.
3. Наполнять инфраструктуры производственных процессов.
4. Стимулировать предприимчивость граждан страны.
5. Повышать занятость населения, особенно в непромышленных населенных пунктах.

Мелкие предприятия, удовлетворяя локальный и узкогрупповой или даже индивидуальный спрос, тем самым связывают экономику на всем пространстве. Они берутся за все, что не вызывает интереса у виолентов, патиентов и эксплерентов. Их роль объединительная, связывающая. Поэтому их назвали «коммутантами».

Роль «серых мышей» в инновационном процессе двояка: они содействуют, с одной стороны, диффузии нововведений, с другой – их рутинизации. Инновационный процесс, таким образом, расширяется и ускоряется.

Мелкие предприятия активно содействуют продвижению новых продуктов и технологий, в массовом порядке создавая на их основе новые услуги. Это ускоряет процесс диффузии нововведений.

Коммутанты также активно участвуют в процессе рутинизации нововведений за счет склонности к имитационной деятельности и за счет организации новых услуг на основе новых технологий.

Существуют различные варианты классификации инновационных стратегий предприятий. В частности, Л.Г. Кудинов разделил инновационные стратегии предприятия на две группы: стратегии проведения НИОКР; стратегии внедрения и адаптации нововведений.

Стратегии проведения НИОКР связаны с осуществлением предприятием исследований и разработок. Они определяют характер заимствования идей, инвестирования НИОКР, их взаимосвязи с существующими видами продукции и процессами.

К данной группе Л.Г. Кудинов относит:

- лицензионную стратегию (стратегия используется, когда предприятие основывает свою деятельность в области НИОКР на приобретении исследовательских лицензий на результаты исследований и разработок научно-технических или других организаций. При этом приобретаются как незаконченные, так и завершенные разработки с целью их дальнейшего развития и использования в процессе осуществления собственных НИОКР. В результате предприятие получает собственные результаты в гораздо более короткие сроки и зачастую с меньшими затратами);

- стратегию исследовательского лидерства (нацелена на достижение долговременного пребывания предприятия на передовых позициях в области определенных НИОКР. Данная стратегия предполагает стремление находиться по большинству видов продукции на начальных стадиях роста. Однако она требует постоянных инвестиций в новые НИОКР, что для многих российских предприятий является невозможным в современных условиях дефицита финансовых ресурсов);

- стратегию следования жизненному циклу (означает, что НИОКР жестко привязаны к циклам

жизни выпускаемых продуктов и применяемых предприятием процессов. Она позволяет постоянно накапливать результаты НИОКР, которые могут быть использованы для замещения выбывающих продуктов и процессов);

- стратегию параллельной разработки (предполагает приобретение технологической лицензии на готовый продукт либо процесс. При этом преследуется цель их форсированного опытного освоения и проведения с его учетом собственных разработок. Такая стратегия может быть использована, если поставлена цель форсированного освоения новых продуктов и процессов при наличии разработок, которые можно приобрести за пределами предприятия, а также при условии снижения возможностей конкурентов в освоении данных инноваций. Она позволяет осуществлять инновационное развитие на собственной основе, способствует росту доли предприятия на рынке и соответственно повышает эффективность его деятельности.);

- стратегию опережающей наукоемкости (используется, если для предприятия характерно стремление повысить наукоемкость продукции выше среднего уровня по отрасли. Она может быть применена в условиях острой конкурентной борьбы, когда имеет значение время выхода нового продукта на рынок, или в периоды, когда важно опередить другие предприятия в области снижения цен и издержек производства).

- стратегии внедрения и адаптации нововведений относятся к системе обновления производства, вывода продуктов на рынки, использования технологических преимуществ.

Реализация инновационной стратегии возможна только на основе механизма управления такой стратегией и включает в себя следующие структурные элементы:

- цели управления на засадах критериев управления (количественный аналог целей);
- факторы управления (элементы объекта управления и их связи, на которые осуществляется воздействие в интересах достижения поставленных целей);
- методы воздействия на факторы (инструментарий, способы и технология достижения поставленных целей);
- ресурсы управления (материально-технические, финансовые, социальные, институциональные и другие ресурсы, при использовании которых реализуется избранный метод управления и обеспечивается достижение поставленной цели).

Механизм управления инновационно-инвестиционной стратегией включает в себя также инновационно-инвестиционные объекты и субъекты. Поэтому механизм, в свою очередь, не содержит в себе объектов и субъектов инвестиционных отношений, однако его содержание определяется спецификой всех структурных элементов инновационно-инвестиционной системы. основополагающим началом формирования механизма управления инновационно-инвестиционной стратегией служат конкретные объекты и субъекты управления. Объекты воздействия определяются системой стратегических целей, установленных в процессе формирования такой инновационно-инвестиционной стратегии предприятия.

Эффективное функционирование механизма управления инновационной стратегией возможно только при наличии определенной системы обеспечения. Система обеспечения функционирования механизма состоит из следующих элементов: норматив-

но-правового обеспечения, специального правового регулирования инновационной деятельности; методического, организационного и информационного обеспечения механизма управления инновационной стратегией предприятий.

Нормативно-правовое обеспечение включает в себя совокупность нормативно-правовых актов, необходимых и достаточных для реализации инновационной стратегии. Правовое регулирование инновационных процессов осуществляется на основании законодательства, регулирующим порядок привлечения отечественных и иностранных инвестиций.

Специальное правовое регулирование инновационной деятельности носит комплексный характер, так как оно представлено нормативно-правовыми актами различного уровня. Нормативно-правовая база инновационной деятельности содержит в себе нормативные акты трех уровней.

Методическое обеспечение механизма управления инновационной стратегией включает комплекс методических разработок и материалов по планированию и ведению инновационной деятельности в конкретных секторах экономики, носящих рекомендательный характер. Целью этих материалов является установление единых терминов, принципов оценки, техники расчетов и методических подходов к определению эффективности инновационных проектов, адаптации их к действующим технологическим, экономическим, экологическим и другим стандартам.

Организационное обеспечение механизма управления стратегией предполагает обеспечение поддержки и создание необходимых организационных структур, осуществляющих действия по инициированию, развитию и контролю за достижением поставленных целей инновационной стратегии.

Информационное обеспечение механизма управления инновационной стратегией включает следующие мероприятия:

- создание специализированного информационно-аналитического центра по обработке информации о субъектах инновационной системы и состоянии инновационного климата. Данный центр должен включать в себя совокупность информационных ресурсов, обеспечивающих взаимодействие всех участников реализации инновационной стратегии;
- профессиональное информационное обеспечение предпринимательских и промышленных структур региона через информационно-аналитический центр;

- реализацию мер по широкой пропаганде инвестиционно-инновационных знаний и инвестиционной информации, в том числе и электронной;

- создание и реализацию специальной комплексной инновационной программы, позволяющей обеспечить открытость информации, его инвестиционном рынке.

Все составляющие механизма управления инвестиционно-инновационной стратегией являются многоуровневыми, то есть содержат государственный, региональный, муниципальный уровни. Поэтому эффективность применения любого структурного элемента механизма напрямую зависит от согласованности действий всех уровней управления.

Таким образом, сущностью механизма управления инвестиционно-инновационной стратегией является целенаправленное воздействие структур управления на все субъекты инвестиционно-инновационной системы в интересах достижения намеченных целей инновационного развития предприятий.

Выводы. Таким образом, проектирование жизненного цикла инновационной продукции позволяет предприятиям в дальнейшем анализировать соответствие действительного состояния продукции желаемому и вовремя корректировать жизненный цикл продукции. Такой анализ желательно проводить на каждой стадии жизненного цикла.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Турове О.Г. Организация производства и управления предприятием: учебник / О.Г. Турове. – К.: Основа, 2002. – 265 с.
2. Шершньова З.Є. Стратегічне управління : підручник. – 2-ге вид., перероблене і доповнене / З. Є. Шершньова. – К.: КНЕУ, 2004. – 699 с.
3. Василенко В.О., Шматько В.Г. Інноваційний менеджмент : навчальний посібник. За редакцією В.О. Василенко. – К.: ЦУЛ, Фенікс, 2003. – 440 с.
4. Чорна М.В. Оцінка ефективності інноваційної діяльності підприємств : монографія / М.В. Чорна, С.В. Глухова. – Харків: ХДУХТ, 2012. – 210 с. ISBN 978-966-405-267-9
5. Полянська А.С. Сучасні підходи до оцінювання ефективності інноваційної діяльності підприємства : стаття / А.С. Полянська. – Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, 2010. – 260 с. УДК 005.336.1/005.591.6
6. Концепція науково-технологічного та інноваційного розвитку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/916-14>.
7. Навчальні матеріали онлайн. Конспект лекцій на тему «Товарна інноваційна політика» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://pidruchniki.com/1232101250418/marketing/tovarna_innovatsiyna_politika.