

УДК 658.589

Андрій БОЙЧУК

СУТНІСТЬ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОГРАМ ТА ЇХНЯ ТИПОЛОГІЯ

***Резюме.** Розглянуто сутність понять «інноваційна програма підприємства», «інноваційний процес», «інноваційний продукт». Розкрито значення інноваційної програми у діяльності підприємства та її роль у сучасній економіці, проаналізовано та виокремлено види й підвиди інноваційних програм. Доповнено існуючу класифікацію інноваційних програм новими класифікаційними ознаками. Виокремлено ряд переваг та недоліків кожного виду й підвиду програм інноваційного розвитку підприємств. Визначено завдання, які повинні вирішувати різні типи інноваційних програм. Запропоновано алгоритм розроблення та впровадження у виробництво інноваційного продукту. Доведено високу важливість та дієвість використання розробленого алгоритму у створенні й реалізації інноваційного продукту.*

***Ключові слова:** інновація, інноваційна програма, інноваційний процес, інноваційний продукт.*

Andriy BOYCHUK

THE ESSENCE OF INNOVATION PROGRAMS AND THEIR TYPOLOGY

***Summary.** The issues «innovative enterprise program», «innovative project», «innovative process» and «innovative product» are examined in this article. The scientific differentiation of the concepts “innovative program” and “innovative project” is conducted. Thus, it was established that on different enterprises, especially on the big machine-building enterprises, the innovative process is often implemented in different directions simultaneously, e.g. towards finance, marketing, logistics, production etc. Each of these directions is an innovative program which expects the production of the innovative ideas, the creation of the innovative product or technology project, the development of the innovative project implementation plans. From the aforementioned, the concept «innovative project» can be considered to have more narrow meaning than the concept «innovative program» as the innovative project describes and determines only the innovative product or technology and the innovative program includes the innovative ideas, implementation plans of the innovative project as well. The practical connection between the concepts «innovative program» and «innovative process» are defined. In particular, depending on the status of the innovative ideas development, the innovative development programs can be at different stages of the innovative process: development, agreement and implementation. The importance of the innovative program in the enterprise functioning and its role in the modern economics is determined. The types of the innovative programs are described and analyzed. It was established that in the scientific literature there are three classification features for the programs of the enterprise innovative development, namely: by the implementation direction, by the type of the implemented innovations and by the purpose-oriented direction. The accomplished scientific research showed that there is a need in the widening of the present classification of the innovative programs on the enterprise. Thus, the present classification of the innovative programs is supplemented with the new classification features as with the novelty of the innovations, with the subject of development and with the stages of the enterprise innovative process. Also a number of advantages and disadvantages of each type of the enterprise innovative development is distinguished. The tasks for the solution of the different innovative program types are determined. The process of the innovative program implementation on the enterprise is considered in imitation of the offered algorithm of the development and the introduction in the innovative products industry. Thus, the offered algorithm consists of eight stages of the development and introduction in the innovative products industry within the appropriate innovative program, in particular, the determination of the innovative product development purpose in accordance with the innovative strategy of the enterprise, the generation of ideas, the assessment and the selection of the idea, the development of the product concept and its control, the economic analysis of innovative product concept, the development of the innovative product itself, the realization of the experimental marketing and the production and the implementation of the innovative product. Each stage of implementation of such innovative program is characterized in detail. The importance and the effect of the use of the offered algorithm in the development and implementation of the innovative product is proved.*

***Key words:** Innovation, innovation program, innovation process and innovative product.*

Постановка проблеми. У сучасних умовах економічної глобалізації, інтеграції вітчизняних підприємств у світове господарство, зростання конкуренції, обсягу та оборотності світового капіталу одним із методів підвищення конкурентоспроможності підприємства є активізація його інноваційної політики та найповніше використання інноваційного потенціалу. Адже здатність генерувати й упроваджувати досягнення науково-технічного прогресу є однією з найголовніших умов забезпечення конкурентоспроможності товаровиробника. У свою чергу, ефективність інноваційної діяльності підприємства значною мірою залежить від правильного поетапного її ведення, що може забезпечити ретельно розроблена та науково обґрунтована інноваційна програма підприємства. Тому виникає необхідність знайти й обґрунтувати інноваційну програму такого типу, яка б забезпечувала найвищу ефективність роботи інноваційного підприємства, підвищила б його конкурентоспроможність та репутацію на ринку. Зважаючи на це, формування інноваційної програми підприємства та її значення у діяльності суб'єкта господарювання набуває значної актуальності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми інноваційної діяльності не є новими. Ці питання розглядаються у працях багатьох як зарубіжних, так і вітчизняних науковців. Вагомий внесок у дослідження цих понять зробили такі зарубіжні та українські науковці, як В. Беренс, І.А. Бланк, А.Ф. Гойко, М.П. Денисенко, С.М. Ілляшенко, А.С. Кузнецов, О.Є. Кузьмін, П.П. Микитюк, М.П. Педан, А.А. Пересада, С.Ф. Покропивний, А.В. Прокопенко та ін. Не зважаючи на значну кількість наукових досліджень щодо інновацій та інноваційної діяльності, на сьогодні науковцями-економістами в основному обґрунтовуються та оцінюються пріоритетні напрямки інноваційних програм підприємств. Вважаю, що тема розроблення та впровадження інноваційних програм на підприємстві в сучасній науці розкрита недостатньо. Мало уваги науковцями приділено й методиці управління інноваціями, зокрема щодо створення інноваційного продукту. Постійним об'єктом дискусій залишаються також питання єдиної типології програм інноваційного розвитку підприємств та завдань, які вирішує кожен з видів та підвидів інноваційних програм. Крім того, недостатньо чітким та однозначним є понятійний апарат у сфері інноваційної діяльності, що вимагає його удосконалення та уточнення.

Пошук можливих шляхів розв'язання цих проблем спрямований на удосконалення процесу формування типології інноваційних програм, розроблення методики створення інноваційного продукту, визначення завдань, які повинні вирішувати кожен з видів програм інноваційного розвитку.

Мета статті полягає у розкритті сутності та особливостей інноваційних програм, їх типології, визначенні завдань, які повинні вирішувати різні типи програм інноваційного розвитку, формуванні адекватного алгоритму створення інноваційного продукту та практичних засад застосування такого алгоритму.

Виклад основного матеріалу. На будь-якому підприємстві, особливо на великих машинобудівних підприємствах, інноваційний процес часто реалізовується у різних напрямках одночасно, наприклад, у напрямі фінансів, маркетингу, постачання, виробництва, збуту тощо. Кожен з цих напрямів є інноваційною програмою, яка передбачає висунення інноваційної ідеї, створення проекту інноваційного продукту або інноваційної технології, розроблення планів реалізації інноваційного проекту [1, с. 43; 2, с. 712].

З вищенаведеного можна вважати, що поняття «інноваційний проект» є

вужчим за поняття «інноваційна програма», оскільки інноваційний проект характеризує та визначає лише інноваційний продукт чи технологію, а інноваційна програма – окрім інноваційного продукту чи технології ще й інноваційну ідею та плани реалізації інноваційного проекту. Іншими словами, інноваційна програма є одним з напрямів реалізації інноваційного процесу.

Схематично етапи реалізації інноваційної програми виглядають наступним чином (зображено на рисунку 1).

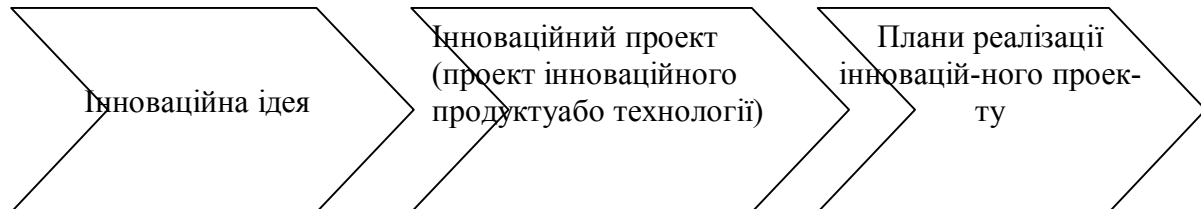


Рисунок 1. Етапи реалізації інноваційної програми (розроблено за [1, с. 43 – 44; 2, с. 713 – 714])

Figure 1. Stages of implementation of innovative program (developed in [1, p. 43 – 44; 2, p. 713 – 714])

Залежно від стану розроблення інноваційних ідей, інноваційні програми можуть перебувати на різних етапах інноваційного процесу: розроблення, погодження та реалізація. У цьому й полягає прямий зв'язок між поняттями «інноваційна програма» та «інноваційний процес».

Для забезпечення очікуваних результатів цієї діяльності загальний інноваційний процес підприємства вимагає ретельного управління, тобто він має бути спланованим, а діяльність структурних підрозділів і окремих працівників – організованою і в належний спосіб мотивованою. Потоки ресурсів і хід діяльності відповідальних осіб необхідно контролювати на предмет дотримання розроблених планів і регулювання виявлених відхилень.

Отже, на підприємствах інноваційний процес реалізовується у розрізі різних інноваційних програм, у межах кожної з яких розробляються інноваційні проекти (проекти інноваційних продуктів і технологій) і формуються плани їх реалізації. Зазначимо, що кожна інноваційна програма, як правило, включає кілька інноваційних проектів. До прикладу, інноваційна програма, що стосується основного виробництва, може включати інноваційний проект удосконалення чи модернізації продукції, інноваційний проект освоєння виробництва нової продукції та інноваційний проект запровадження нової технології виробництва продукції тощо.

За результатами аналізу наукової літератури зазначимо, що такі науковці, як Кузьмін О.Є., Князь С.В., Гнилянська Л.Й., Зінкевич Д.К., Харчук В.Ю., Топоровська Л.Й. та ін. виділяють три класифікаційні ознаки програм інноваційного розвитку підприємства, зокрема за напрямом реалізації, за характером реалізованих інновацій та за цільовою спрямованістю, які, у свою чергу, поділяються на ряд видів та підвидів (рис. 2) [1, с. 48 – 49; 4, с. 14 – 15; 5, с. 24 – 25; 6, с. 6 – 7].

Втім, як показали проведені наукові дослідження, існує необхідність у розширенні існуючої класифікації інноваційних програм на підприємстві. Зокрема, пропонується доповнити існуючий класифікаційний ряд інноваційних програм на підприємстві наступними ознаками: за новизною інновацій, за суб'єктом розроблення та за етапами інноваційного процесу (рисунок 2).

Отож, за напрямом реалізації програми інноваційного розвитку поділяються на виробничі та управлінські. Серед підвидів виробничих інноваційних програм

виділяють ті, що стосуються підготовчих та забезпечувальних робіт у виробничо-господарському процесі підприємств, та ті, що стосуються основного та допоміжного виробництва.

Група інноваційних програм, що охоплює підготовчі та забезпечувальні роботи виробничо-господарського процесу підприємства, націлена на розроблення й реалізацію інновацій саме щодо удосконалення наступних видів робіт [1, с.48 – 49; 4, с. 14 – 15; 5, с. 24 – 25; 6, с. 6 – 7]:

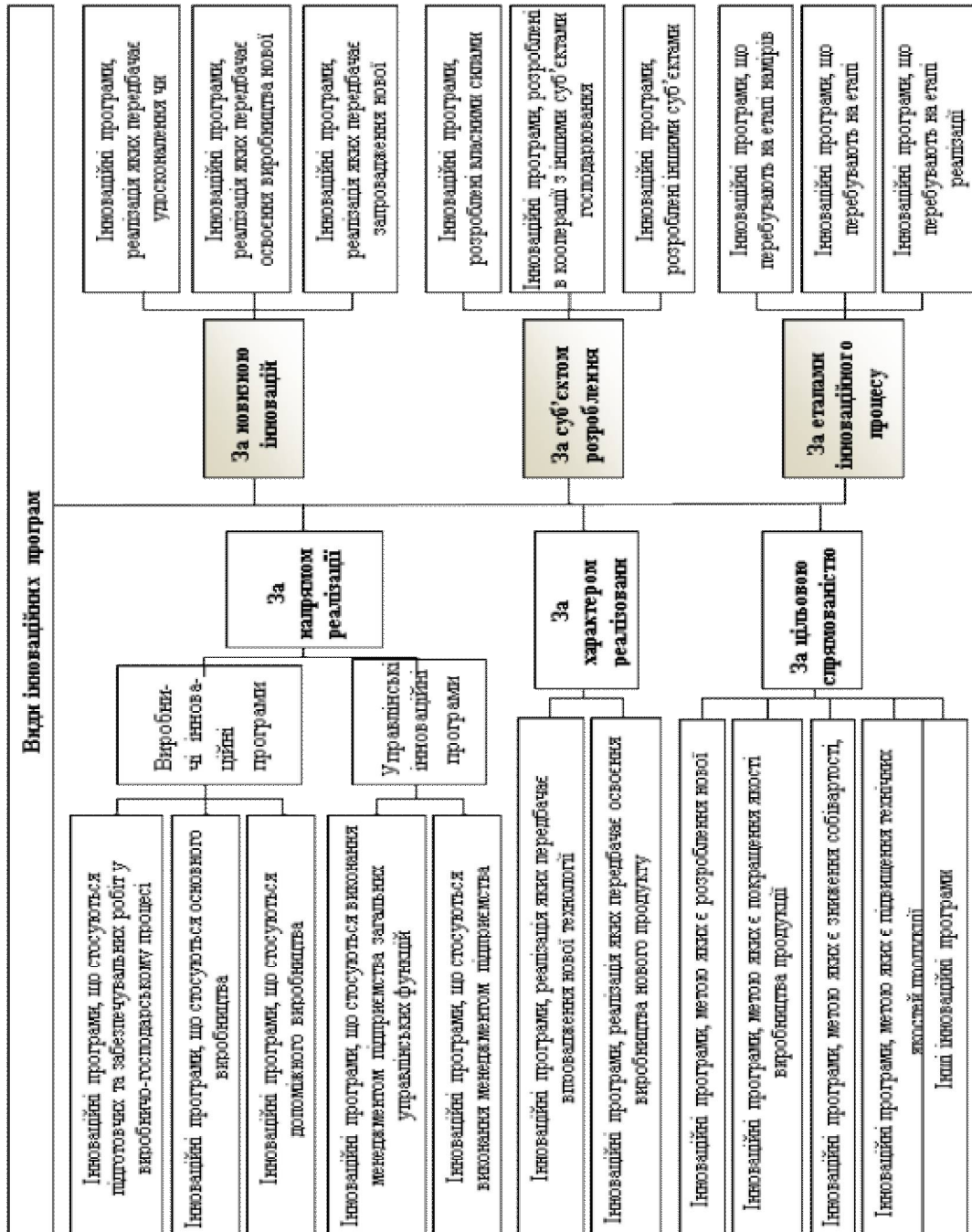


Рисунок 2. Класифікація інноваційних програм на підприємстві (замінено пропозиції автора)
 Figure 2. Classification of enterprise innovative programs (author's suggestions are hidden)

- матеріально-технічне забезпечення структурних підрозділів підприємства, що передбачає безперебійне постачання підприємства, його підрозділів усіма необхідними видами матеріалів, сировини, енергії, забезпечення належного зберігання виробничих ресурсів тощо;

- технічне забезпечення підприємства, що передбачає технічну підготовку виробництва, націлену на своєчасне впровадження у виробничий процес технічних засобів, які необхідні для створення нових та удосконалення існуючих видів продукції, підвищення продуктивності та ін.;

- конструкторське забезпечення підприємства, яке передбачає конструкторську підготовку при формуванні та реалізації інноваційних програм. Вона розпочинається із формування технічних вимог на розроблення нової продукції та її технічні характеристики, споживчі вимоги (конструкторські вимоги), кліматичні, механічні вимоги, вимоги до технічної документації, етапи робіт тощо;

- технологічне забезпечення підприємства, що передбачає планування процесу виготовлення моделі нового продукту та її технічний аналіз, проектування та виготовлення технологічного оснащення, а також вивірку, налагодження й упровадження спроектованих технологічних процесів, підготовку виробництва тощо.

Одним із видів виробничих інноваційних програм, як уже зазначалося, є програми, формування та реалізація яких стосується основного виробництва. У науковій літературі виділяють три типи основних виробничих процесів на підприємстві: прості, синтетичні та аналітичні. Два останніх мають комбінаторний характер. Для належного їх функціонування необхідне постійне підвищення формалізації об'єктів управління та підвищення їх взаємодії між собою, на що й націлені інноваційні програми, що стосуються основного виробництва.

До завдань інноваційних програм, що стосуються допоміжного виробництва, відносять зниження витрат коштів і часу на виробництво допоміжної продукції, виконання допоміжних робіт, таких, як обслуговування обладнання, інструментів, забезпечення електро-, водо-, газопостачання тощо.

До класифікаційної ознаки інноваційних програм «за напрямом реалізації» науковці також відносять управлінські програми інноваційного розвитку, які, у свою чергу, поділяються на програми інноваційного розвитку, що стосуються виконання менеджментом підприємства загальних управлінських функцій, та інноваційні програми, що стосуються виконання керівниками підприємств конкретних функцій [1, с. 48 – 49; 4, с. 14 – 15; 5, с. 24 – 25; 6, с. 6 – 7].

Основним завданням управлінських інноваційних програм є формування та реалізація на практиці ідей з підвищення ефективності виконання менеджментом підприємства їх загальних та конкретних управлінських функцій. Управлінські інновації теж доволі поширені серед українських підприємств. Вони не потребують значних капіталовкладень, втім, на етапах планування та реалізації стратегії підприємства (у тому числі інноваційної) управлінські інновації здатні значно знизити трудомісткість, раціоналізувати процес управління на підприємстві.

Як наведено на рис. 2, за характером реалізованих інновацій програми інноваційного розвитку поділяють на програми, реалізація яких передбачає впровадження нової технології, та інноваційні програми, реалізація яких передбачає освоєння виробництва нового продукту [1, с.48 – 49; 4, с. 14 – 15; 5, с. 24 – 25; 6, с. 6 – 7].

Реалізація інноваційних програм, які передбачають упровадження нової технології, на відміну від усіх інших є вкрай капітало- та трудомісткою. Втім, часто

ринкова кон'юнктура буквально змушує промислові підприємства вдаватися до провадження такого типу інноваційної діяльності. Причини можуть бути різними. Як правило, це нові, більш жорсткіші екологічні вимоги до того чи іншого виробництва, здорожчання енергоресурсів і, як наслідок, перехід на альтернативні джерела енергії, зникнення або дефіцит необхідних для виробництва видів сировини або ж просто необхідність менеджменту у введенні технологій, які здатні знизити собівартість виробництва, скоротити цикл виробництва тощо. Як показали проведені дослідження, підприємства доволі рідко вдаються до такого роду інновацій, а ще рідше розробляють їх самі. Як правило, вітчизняні суб'єкти господарювання придбавають уже готові інноваційні технології за кордоном. Це, своєю чергою, значно знижує їх конкурентоздатність на міжнародному ринку та погіршує інноваційний потенціал як самих підприємств, так і держави в цілому.

Щодо програм інноваційного розвитку, реалізація яких передбачає освоєння виробництва нового продукту, то варто зазначити, що це є одним з найпоширеніших видів інновацій на українському та міжнародному ринках. Суб'єкти господарювання, враховуючи прогрес технологій та плинність ринкової кон'юнктури, намагаються постійно оновлювати свій товарний асортимент новими, якіснішими, конкурентоздатними продуктами виробництва.

Наступна класифікаційна ознака інноваційних програм – за цільовою спрямованістю, передбачає їх поділ на ті, метою яких є: розроблення нової продукції, покращення якості виробництва продукції, зниження собівартості, ціни продукції, підвищення технічних якостей продукції тощо [1, с. 48 – 49; 4, с. 14 – 15; 5, с. 24 – 25; 6, с. 6 – 7].

Фактично види інноваційних програм за цією класифікаційною ознакою свідчать самі за себе та залежать від основної цілі програми інноваційного розвитку. Досить часто при формуванні та реалізації інноваційної програми підприємством ставиться одразу кілька цілей. До прикладу, цілями інноваційної програми можуть одночасно виступати: «впровадження нового виду продукції», «підвищення технічних якостей продукції», «залучення екологічніших видів сировини» тощо.

Як показали проведені наукові дослідження, існує необхідність у розширенні класифікації інноваційних програм на підприємстві, запропонованої науковцями Кузьмінім О.Є., Князем С.В., Гнилянською Л.Й., Зінкевичем Д.К., Харчук В.Ю., Топоровською Л.Й. та ін. Зокрема, пропонується доповнити існуючий класифікаційний ряд інноваційних програм на підприємстві наступними ознаками: за новизною інновацій, за суб'єктом розроблення та за етапами інноваційного процесу.

Отож, за новизною інновацій доцільно виділити інноваційні програми, реалізація яких передбачає удосконалення чи модернізацію існуючої продукції, освоєння виробництва нової продукції та запровадження нової технології виробництва продукції.

Таким чином, перший вид інноваційних програм класифікаційної ознаки «за новизною інновацій», як щойно зазначалося, передбачає удосконалення чи модернізацію існуючої продукції. Суть їх полягає в тому, що вже існуючі продукти/технології модернізують під нові вимоги ринкової кон'юнктури, що призводить до часткового оновлення продукту виробництва, підвищення його конкурентоспроможності (дещо вищі якісні характеристики та/або дещо нижча собівартість виробництва) та до більшого задоволення споживчих потреб покупців/користувачів. Як правило, до розроблення та реалізації такого типу інноваційних програм підприємства-інноватори вдаються найчастіше. Це дозволяє за помірні капіталовкладення отримати бажаний ефект зі зростання конкурентоспроможності продукції та/або зниження собівартості виробництва.

Наступними видами інноваційних програм у класифікаційній ознаці «за новизною інновацій» є програми, реалізація яких передбачає освоєння виробництва нової продукції та запровадження нової технології виробництва. До нових продуктів чи технологій науковці відносять зовсім оригінальні продукти/технології, які характеризуються істотними техніко-технологічними змінами, суттєво вищою конкурентоспроможністю (абсолютно нові продукти виробництва в результаті реалізації інноваційної програми характеризуються суттєво вищими якісними характеристиками та/або значно нижчою собівартістю виробництва), які більшою мірою задовольняють споживчі потреби покупців/користувачів та які є новими на ринку, або ж перебувають на ринку не довше одного року.

Наступною запропонованою класифікаційною ознакою є поділ інноваційних програм за суб'єктом розроблення, а саме – на інноваційні програми, розроблені власними силами підприємства; інноваційні програми, розроблені в кооперації з іншими суб'єктами господарювання, та інноваційні програми, розроблені іншими суб'єктами господарювання. Щодо інноваційних програм, розроблених власними силами підприємства, то до них слід віднести програми інноваційного розвитку, розроблені підприємством-інноватором, на якому вони і будуть реалізовуватися. У свою чергу, до інноваційних програм, розроблених у кооперації з іншими суб'єктами господарювання, відносяться програми, у процесі розроблення яких були задіяні працівники двох чи більше підприємств-інноваторів, та які реалізовуватимуться на одному або на кількох підприємствах, що брали участь у розробленні цих програм. Така практика не є поширеною в інноваційній діяльності, втім, може зустрічатися, коли спільним розробленням інноваційних програм займаються материнське та дочірнє підприємства; дочірні підприємства, що відносяться до одного материнського, або ж два чи більше підприємств однієї галузі, що об'єднані в картель, тощо. Відповідно до інноваційних програм, розроблених іншими суб'єктами господарювання, відносяться програми, які розроблялися підприємством, відмінним від того, на якому ці інноваційні програми реалізовуватимуться. Як правило, таку практику використовують підприємства-інноватори, які лише впроваджують інновації, у своєму штаті не мають працівників, відповідальних за інноваційний розвиток підприємства, а розроблення інноваційних проектів та формування програм реалізації цих проектів довіряють спеціалізованим підприємствам-інноваторам.

Відповідно ж до останньої класифікаційної ознаки, а саме «за етапами інноваційного процесу», інноваційні програми на підприємстві поділяються на ті, що перебувають на етапі розроблення, на етапі погодження та на етапі реалізації. Таким чином, перебування програми інноваційного розвитку на етапі розроблення передбачає формування інноваційної ідеї, створення проекту очікуваного інноваційного продукту чи технології, розроблення планів реалізації інновації. Етап погодження інноваційної програми – це складова інноваційного процесу, за якого інноваційна програма розроблена та детально розписана за кроками її реалізації на основі сформованих інноваційних проектів. На цьому етапі визначаються терміни реалізації інноваційних проектів, оцінюються ризики та ефективність, інноваційний потенціал проектів, а також приймається рішення щодо подальшої реалізації інноваційної програми. На останньому етапі інноваційного процесу програми інноваційного розвитку підприємства перебувають на етапі реалізації, що передбачає процес упровадження інноваційного проекту у виробництво, систему управління підприємством тощо.

Кожна інноваційна програма із наведеної класифікації має свої особливості та специфіку у процесі її реалізації. Розглянемо детальніше алгоритм реалізації інноваційної програми на прикладі освоєння виробництва нового продукту.

На рисунку 3 наведено алгоритм розроблення інноваційного продукту та

впровадження його у виробництво (авторська розробка). Як бачимо з цього рисунка, розроблення інноваційного продукту розпочинається із аналізу інноваційної стратегії, визначення мети розроблення інноваційного продукту. Як правило, інноваційні продукти розробляються відповідно до ринкових потреб підприємства, а саме –

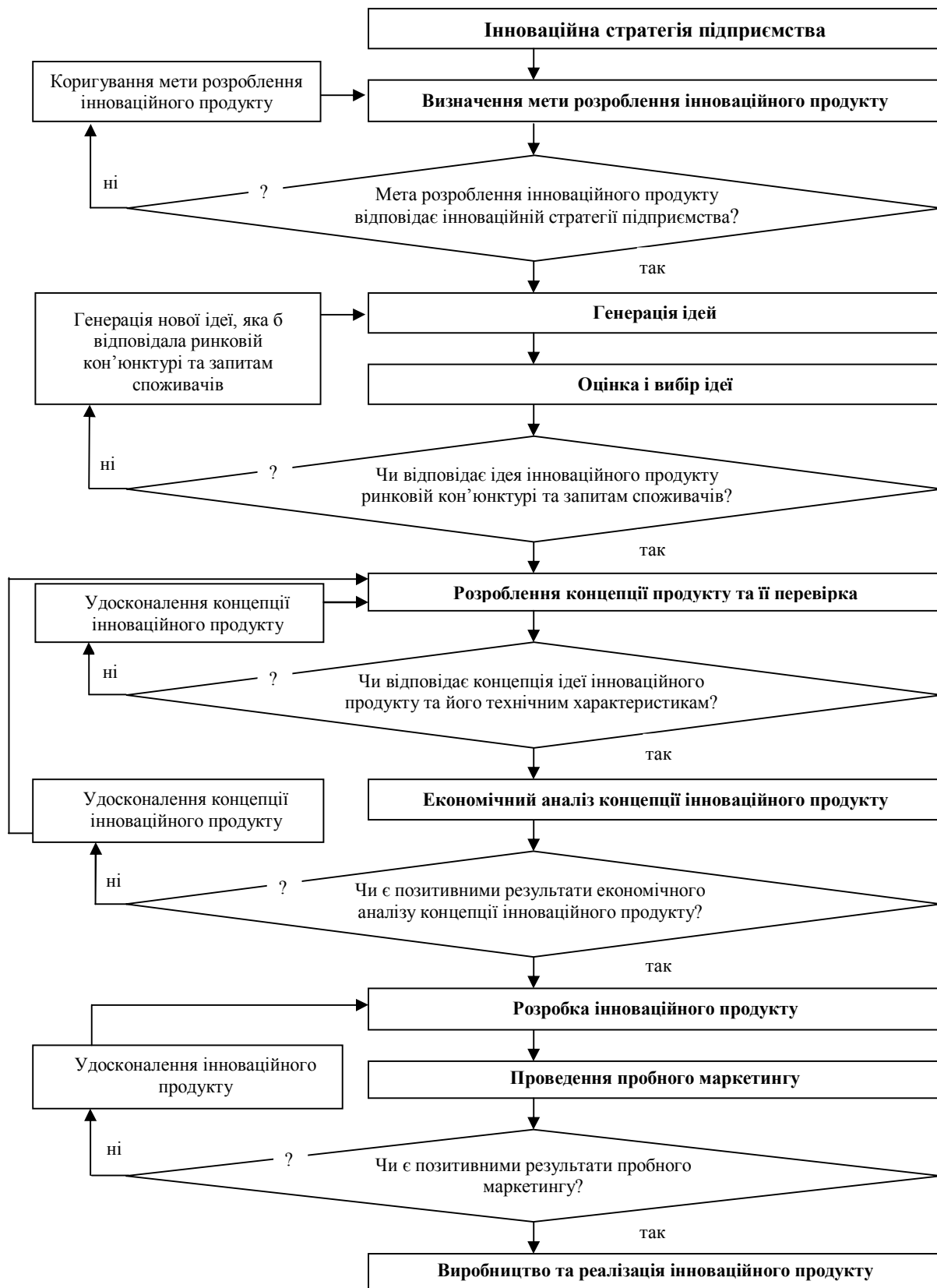


Рисунок 3. Алгоритм розроблення та впровадження у виробництво інноваційного продукту (авторська розробка)

Figure 3. Algorithm of development and implementation in production of innovative product (authoring)

забезпечення відповідної частки ринку, проникнення на нові ринки чи сегменти ринку, забезпечення іміджу підприємства-новатора тощо. Метою розроблення та впровадження у виробництво інноваційного продукту можуть стати і внутрішні (не ринкові) потреби підприємства. Метою цього етапу є визначення ринків, для яких розробляється даний товар, та його стратегічної ролі для підприємства й споживачів, зокрема аналіз цих стратегічних ролей на відповідність до загальноприйнятої інноваційної стратегії підприємства.

Відповідно до визначеної мети, на наступній фазі здійснюється генерація (розроблення) ідей. Для більшості підприємств-інноваторів генерування ідей нових продуктів – це постійний пошук таких ідей, створення відповідних систем і методів їх вибору й нагромадження.

Під час наступної фази розроблення та впровадження у виробництво інноваційного продукту відбувається оцінювання та відбір ідей. За світовою практикою, для створення одного виду товару, який матиме комерційний успіх, необхідно в середньому розглянути 60 ідей (у фармацевтичній галузі – до десяти тисяч) [11].

При цьому 5% часу всього циклу розроблення і відбору ідей використовується на те, щоб обговорити й залишити 15 ідей, 10% – щоб залишити 5 – 6 перспективних ідей, 60% – щоб відсіяти ще три ідеї. Для наступного етапу розроблення та впровадження у виробництво інноваційного продукту залишають одну-дві ідеї [11].

На четвертій фазі алгоритму планування інноваційного продукту здійснюється розроблення його концепції та перевірка цієї концепції. А саме, опрацьований варіант ідеї виражається зрозумілими і значущими для споживача поняттями. Часто для цього використовують письмові описи продукту, рисунки, макети, ескізи тощо. При цьому головною ідеєю етапу є спроба визначити ставлення споживачів до концепції продукту, можливе коло тих, хто ним користуватиметься і з якою метою.

Однією з найважливіших фаз в алгоритмі розроблення та впровадження у виробництво інноваційного продукту є економічний аналіз концепції інноваційного продукту. Ця фаза дає змогу встановити, чи будуть витрати коштів на задоволення попиту споживачів інноваційним продуктом меншими за прибутки від його задоволення. Для визначення економічності виробництва і збуту інноваційного продукту оцінюють також комерційні ризики, величину необхідних інвестицій, можливість випуску такої кількості продукції, яка забезпечить проходження точки безбитковості й отримання необхідних прибутків, орієнтовно визначають рівень відпускних цін. Не менш важливим на цьому етапі є також позиціонування продукції – її розміщення на ринку як такої, що у свідомості споживача за якісними характеристиками і властивостями вигідно відрізнятиметься від пропозицій конкурентів. Інакше кажучи, новий товар підприємства має посісти власну позицію в конкурентному середовищі.

Фаза розроблення інноваційного продукту має на меті створення прототипу інноваційного продукту, створення марки, упаковки, етикетки, а також комплексу супровідних послуг (сервісу).

Передостанньою фазою алгоритму розроблення та впровадження у виробництво інноваційного продукту є проведення пробного маркетингу. На відміну від попередньої, ця фаза забезпечує не лише створення прототипу інноваційного продукту, а й здійснення

спеціальних досліджень споживчих властивостей, їх відповідності стандартам та сподіванням споживачів, оцінювання ймовірного попиту на інноваційний продукт. Фаза пробного маркетингу передбачає пред'явлення реальної продукції потенційним споживачам за умов реального продажу з метою визначення того, що і як вони купують. Пробний маркетинг вивчає смаки, тестує використання продукції невеликими групами потенційних споживачів, прогнозує її успіх чи невдачу на ринку. Часто нові продукти після цього модифікують, удосконалюють, щоб згодом знову запропонувати споживачеві.

Одним із найважливіших способів перевірки перспективності, інноваційних продуктів є використання так званих ринків випробувань, тобто продаж нових товарів в обмежених кількостях у конкретних невеликих регіонах. Одночасно відбувається вивчення поведінки покупців, вимірювання динаміки обсягів продажу тощо.

Останньою фазою методики розроблення та впровадження у виробництво інноваційного продукту є саме виробництво та реалізація цього інноваційного продукту. Варто зауважити, що темпи зростання й реальний рівень збуту нової продукції залежать від їх пристосування до поведінки споживачів. Один із головних аспектів цієї поведінки – процес визнання чи відторгнення нових товарів. Тому вкрай важливо провести цей етап на найвищому професійному рівні. Втім, за належного виконання усіх попередніх фаз методики розроблення та впровадження у виробництво інноваційного продукту остання фаза проходить без суттєвих труднощів.

Оскільки завершальною стадією життєвого циклу будь-якого товару є зниження попиту на нього та, як наслідок, зниження обсягів реалізації та зменшення прибутку підприємства, то для інноваційних менеджерів при реалізації інноваційних програм є вкрай важливою постійна робота із відслідковування цих процесів, чітке управління інноваційними програмами щодо освоєння нового продукту виробництва в часі. Це дасть змогу якнайефективніше максимізувати прибутки підприємства у довготерміновій перспективі.

Висновки. Інноваційний процес на підприємстві є надскладним механізмом, який включає в себе численну кількість різноманітних дій та процесів. Чи не найважливішим таким процесом є формування та реалізація інноваційних програм на підприємстві. З метою досягнення найбільшої ефективності інноваційного процесу на підприємстві необхідно найперше досконало володіти механізмом роботи інноваційних програм, їх сутністю, завданнями та типологією. Створення інноваційного продукту – вагомий етап в інноваційному процесі на підприємстві. Правильно складений алгоритм розроблення та впровадження у виробництво інноваційного продукту забезпечить високу прибутковість від його реалізації, підвищення конкурентоспроможності та іміджу підприємства-новатора. У подальших дослідженнях планується розглянути фактори, що впливають на ефективність виконання програми інноваційного розвитку підприємства. Планується зосередити увагу на побудові найефективнішої моделі реалізації інноваційної програми суб'єкта господарювання.

Conclusions. Summarizing all above, it can be noted that the innovation process at the enterprise is a complicated mechanism, which includes numerous variety of actions and processes. Most important fact in this process is the formation and implementation of enterprise innovative programs. With the aim of achieving maximum efficiency of the enterprise innovation process, firstly it is necessary to master the mechanism of innovative programs, by their nature, objectives and typologies. The creation of innovative product is a significant tool in the enterprise innovation process. A well-designed algorithm of innovative product development and its implementation into production will yield high returns from its production, improving the competitiveness and image of the company-innovator. Further studies are planned to examine the factors affecting the efficiency of the program of enterprise

innovative development. It is planned to focus on building the most effective model for the implementation of innovative programs of business entity.

Використана література

1. Інноваційний менеджмент: статистико-динамічна візуалізація: навч. посібник [Текст] / С.В. Князь, Н.Г. Георгіаді, Л.Й. Топоровська, Д.К. Зінкевич; за ред. О.Є. Кузьміна. – 2-ге вид., перероб. – Львів: Видавництво «Львівська політехніка», 2011. – 212 с.
2. Топоровська, Л.Й. Сутність інноваційної програми та її місце в інноваційному процесі машинобудівного підприємства // Вісник Національного університету «Львівська політехніка» [Текст] / Л.Й. Топоровська. – 2008. – С. 711 – 717.
3. Активізування інвестиційної та інноваційної діяльності підприємств: моногр. [Текст] / О.Є. Кузьмін, С.В. Князь, О.Й. Вівчар, Л.І. Мельник; за наук. ред. О.Є. Кузьміна. – Стрий: ТЗОВ «Укрпол», 2005. – 250 с.
4. Кузьмін, О.Є. Інноваційні програми машинобудівних підприємств: креативні рішення і моделі їх трансферного забезпечення: наукова монографія [Текст] / О.Є. Кузьмін. – Львів: СПОЛОМ, 2010. – 345 с.
5. Гнилянська, Л.Й. Формування та реалізація інноваційних програм на засадах ризик-менеджменту: монографія [Текст] / Л.Й. Гнилянська, В.Ю. Харчук. – Львів: ЗУКЦ, 2013. – 216 с.
6. Топоровська, Л.Й. Формування і реалізація інноваційних програм машинобудівними підприємствами: автореферат дисертації ... кандидата економічних наук / Л.Й. Топоровська. – Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2009. – 25 с.
7. Уткин, Э.А. Инновационный менеджмент [Текст] / Э.А. Уткин, Г.И. Морозова, Н.И. Морозова. – М.: АКАЛИС, 1996. – 208 с.
8. Мочерний, С.В. Економічна енциклопедія у трьох томах. Т 2 [Текст] / С.В. Мочерний. – К.: Видавничий центр «Академія», 2001. – 848 с.
9. Бешелев, С. Нововведения и мы [Текст] / С. Бешеев, Ф. Гурвич. – М.: Наука, 1990. – 296 с.
10. Фатхутдинов, Р.А. Инновационный менеджмент [Текст] / Р.А. Фатхутдинов. – СПб.: Питер, 2002. – 400 с.
11. Примак, Т.О. Маркетинг: навч. Посібник [Текст] / Т.О. Примак. – К.: МАУП, 2004. – 228 с.

Отримано 15.10.2015

УДК 330.837

Євгенія БОЛОТІНА

ТРАНСАКЦІЙНИЙ ПІДХІД ДО АНАЛІЗУ ЕФЕКТИВНОСТІ В ІНСТИТУЦІОНАЛЬНІЙ ТЕОРІЇ

Резюме. Проаналізовано природу інституціоналізації економіки України та її інтеграції в глобальний економічний простір. Неоінституціоналізм розширює базу аналізу власності шляхом включення до нього, поряд із приватною власністю, колективної і державної та зіставлення їх порівняльної ефективності. «Теорія трансакційних витрат» – складна частина «НІТ» - неоінституціоналізму і являє собою теорію організації підприємств. Метою вдосконалення інститутів є не тільки зниження трансакційних витрат, але й зміна розподілу економічної влади в суспільстві або, кажучи словами Е. Тоффлера, створення суспільно нормального порядку влади. Інститути виникають не тільки для усунення невизначеності, інститути створюються як засіб для реалізації влади або як засіб для обмеження влади. Досягненню розподілу ресурсів, ефективного за Парето, перешкоджають трансакційні витрати. Останні додаються до трансформаційних витрат, тим самим збільшуючи загальну величину витрат виробництва. Збільшення витрат виробництва є перешкодою для здійснення певних угод з обміну правами власності. Це означає, що не всі угоди, які є Парето-поліпшеннями, відбуваються. Якщо трансакційні витрати дорівнюють нулю, то більше ніяких перешкод для оптимального розподілу ресурсів не існує. Величина трансакційних витрат залежить від інститутів. Умовою підвищення ефективності розподілу ресурсів є вдосконалення інституційного устрою суспільства. Інститути впливають на ефективність суспільного виробництва тим, що скорочують