

**ОСНОВНІ ЗАВДАННЯ ПЛАНУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ**  
**BASIC TASKS OF PLANNING OF INNOVATION PRODUCT**

Продукт у сучасному розумінні – це предмет і результат багатьох підприємницьких рішень. Він створюється, впроваджується на ринок, за необхідності модифікується, а за браком належних економічних передумов та комерційної доцільності знімається з виробництва. Зрозуміло, що коли ринок насичено, а конкуренція є значною, головним завданням планування продукту є створення нових товарів.

З поняттям інновація (нововведення) найчастіше ототожнюють: новаторське дослідження або розробку; зміни в стилі роботи організації з метою створення сприятливіших умов для клієнтів; розробку нових товарів або послуг, на умовах, досконаліших ніж ті, що є нині. Разом з цим планування продукту охоплює всю діяльність, котра дає можливість виробникам визначити таку товарну політику фірми, яка забезпечить їй отримання прибутку. Удосконалення товару – більш вузький термін і ототожнюється з технічною діяльністю (інженерним мистецтвом) зі створення новацій [1, с.57].

Кожна фірма-виробник, що приймає рішення про необхідність інновації, вибирає такі варіанти рішень: придбати ґрунтовну інформацію про новий товар або послугу (за контрактом чи ліцензією); винайти товар самостійно; удосконалити конструкцію або зовнішнє оформлення вже освоєного виробництвом товару чи послуги; залучити інших партнерів до створення нової продукції. Заходи, необхідні для розробки нового продукту та його впровадження на ринок, мають такий зміст та послідовність:

- 1) комплекс дій щодо планування продукту;
- 2) заходи щодо реалізації результатів інноваційного процесу.

Модифікування також є частиною планування продукту. Але з цим напрямком пов'язують також варіацію та диференціювання продукту. Варіація – це зміна попередніх властивостей продукту для посилення зв'язку між перевагами продукту та його сприйняттям споживачами. Під диференціюванням розуміють зміну продукту за умов, що попередній виріб з виробництва не знімається. Диференціювання дає змогу повніше врахувати особливості окремих ринків або їх сегментів [1, с.84].

Успіх інноваційної діяльності нині все більше залежить від рівня її організації. Таким чином, головними чинниками, що впливають на організацію інноваційного процесу, можна вважати:

- рівень комунікації та обміну інформацією між усіма учасниками розробки та реалізації проекту;
- організаційну структуру інноваційного процесу, яка дає змогу досягти необхідної відповідності між визначеними проблемами та структурами груп, що їх вирішують;
- стиль менеджменту та характер співвідносин між учасниками інноваційного проекту, їхню готовність до ризику, загальне сприяння організації виконання технічних експериментів;
- колективний механізм прийняття рішень, який реалізується через конфронтацію підходів та ідей.

**Список використаних джерел:**

1. Пашута М.Т., Шкільнюк О.М. Інновації: понятійно-термінологічний апарат, економічна сутність та шляхи стимулювання. Навчальний посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2010. 118 с.