

Ілляшенко Н.С.

аспірант кафедри маркетингу Сумського державного університету

МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ВИБОРУ ПРОЕКТІВ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Сучасний етап розвитку вітчизняної економіки характеризується високим рівнем конкуренції на ринку. Саме тому, виникає необхідність вибору нової концепції ведення бізнесу, яка б дозволила вітчизняним підприємствам здійснити стрімкий прорив в господарській діяльності, перейти на якісно новий рівень розвитку і мати можливість конкурувати на ринках. Такою концепцією, на нашу думку, має стати концепція інноваційного маркетингу, яка має на меті задоволення нових чи прихованих потреб споживачів, тобто виробництво інноваційної продукції та використання при цьому нових інструментів маркетингу.

Однак, досить часто підприємства приймають рішення про початок реалізації інноваційних проектів не усвідомлюючи всі реалії, які містить в собі інноваційна діяльність і в результаті чого опиняються в ситуації, коли проект не має можливості подальшого розвитку, а ресурси, що були затрачені на його початок та перші етапи вже повернути не можливо. Таким чином, виникає необхідність встановлення певного інтегрального показника, який би дозволив приймати рішення про доцільність реалізації інноваційного проекту.

Аналіз існуючих методик відбору інноваційних проектів, показав, що майже всі вони базуються на використанні показників економічної ефективності. Однак, жоден з перелічених підходів не передбачає визначення успіху інноваційного проекту, який на думку автора, є більш вагомим ніж показники економічної ефективності. Таким чином, нами пропонується власний методичний підхід щодо обґрунтування проектів інноваційного розвитку

підприємства, який базується на визначенні прогнозованого рівня успіху інноваційного проекту і прийняття на цій основі рішення щодо доцільності його реалізації.

Аналіз проблем, з якими зіштовхуються промислові підприємства дозволив встановити основні групи факторів, що впливають на успішність інноваційної діяльності цих підприємств. Дану залежність пропонується записати наступним чином:

$$O_i = f(\tilde{A}, \tilde{E}, \times, \tilde{A}, \tilde{I}) \quad (1)$$

де U_n – успіх проекту; Γ – грошові ресурси, до яких відносяться як власні так і позичкові чи залучені кошти; L – людські ресурси, до яких відносяться всі необхідні для реалізації проекту спеціалісти відповідного рівня кваліфікації та професіоналізму; D – державна підтримка, до якої відносяться всі можливі дії державних органів управління, як безпосереднього так і опосередкованого впливу, що сприяють інноваційній діяльності підприємств; Π – відповідність вимогам ринку, тобто задоволення існуючих на ринку прихованих чи недостатньо задоволених потреб, або можливість створення нових потреб.

При цьому найкращим вважається проект, який має максимально можливе значення успіху при мінімально можливих значеннях достатності його ресурсів.

Загальний успіх інноваційного проекту промислових підприємств пропонується оцінити за допомогою методу формування комплексної оцінки на базі побудови ієрархічної структури критеріїв, яка проводиться в декілька етапів:

1. Визначення необхідного для реалізації проекту абсолютного рівня кожного з п'яти факторів ($P_{\text{необх.}}$).
2. Визначення абсолютного фактичного рівня кожного з п'яти факторів ($P_{\text{факт.}}$).

3. Визначення відносного рівня кожного з п'яти факторів за допомогою формули:

$$D^3 = \frac{D_{\delta\alpha\epsilon\delta}^3}{D_{\tau\alpha\tau\alpha\delta}^3}. \quad (2)$$

де i – i -й фактор

4. Визначення прогнозованого успіху проекту.

4.1 Відповідно до дискретної шкали оцінок по кожному критерію складаються матриці згрупування критеріїв.

4.2 Визначення «напружених» варіантів для отримання максимального успіху та складання графу, який представляє собою мережу «напружених» варіантів.

4.3 На базі отриманої мережі визначення підграфу, який представляє собою оптимальний варіант успіху.

4.4 Визначення ймовірності успіху реалізації інноваційного проекту за формулою:

$$O_i = \frac{\zeta O_i}{\zeta O_{\max}} \quad (3)$$

де $3Y_i$ – отримане умовно абсолютне i -те значення успіху (верхня частина вершини графу);

$3Y_{\max}$ – максимальне абсолютне значення успіху.

5. Відбір прийнятних інноваційних проектів.

6. Визначення фактичного успіху кожного з відібраних проектів, шляхом підставлення в граф фактично отриманих значень.

Запропонований автором методичний підхід до обґрунтування доцільності реалізації інноваційних проектів, що направлені на досягнення обраних напрямків ринкових можливостей, дозволяє встановлювати попередній рівень успіху проекту і більш раціонально реалізовувати власний потенціал підприємства задля реалізації концепції інноваційного маркетингу.