

УПРАВЛІННЯ ВИНИКНЕННЯМ ІННОВАЦІЙ¹

доц. Біловодська О.А.

Сучасні реалії господарювання вітчизняних товаровиробників вимагають від них постійного впровадження і реалізації інновацій. Адже ефективно конкурувати на ринку без створення і поширення нових видів продукції, виходу на нові ринки, впровадження нових технологій, постійного оновлення матеріальної бази неможливо. У зв'язку з цим наукового обґрунтування потребують підходи щодо управління процесом виникнення інновацій.

Аналіз існуючих публікацій з даної проблематики [1, 2, 3] дозволяють зробити такі висновки. По-перше, доцільніше було б не ототожнювати поняття нововведень та інновацій. Адже вкласти інвестиції в розроблення нововведення – це лише половина справи. Головне – впровадити нововведення, перетворити його на інновацію (завершивши інноваційну діяльність, отримавши позитивний результат і продовживши дифузію інновацій). Крім того, нововведення і інновації мають різні життєві цикли. Так, нововведення охоплюють розробку, проектування, виготовлення, використання, постаріння; інновації – зародження, дифузію, рутинізацію.

По-друге, неправомірно включати в саму трактовку поняття “інновація” етапи її появи. Це більше стосується інноваційного процесу, результатом якого можуть бути нововведення або інновації.

Таким чином, автором інновація розглядається як кінцевий результат нововведень, спрямований на досягнення відповідного ефекту та створення нових або удосконалених конкурентоспроможних товарів (послуг, технологій і т.д.), що задовольняють потреби споживачів, може охоплювати всі сфери діяльності підприємства і сприяє розвитку та підвищенню його ефективності.

На основі вищевикладеного автором виділено етапи виникнення радикальної інновації та відповідні результати за кожним з них (рис. 1).

¹ Робота виконувалася за рахунок бюджетних коштів МОН України, наданих як грант Президента України



Рисунк 1 – Схема виникнення інновації

Таким чином, у рамках проведеного автором дослідження визначено основні протиріччя і дискусійні моменти щодо визначення сутності інновацій, запропоновано комплексну схему появи інновацій та визначено результати, що отримують інноватори на кожному з етапів.

Література:

1. Ілляшенко С.М., Прокопенко О.В. Формування ринку екологічних інновацій: економічні основи управління: Монографія / За ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2002. – 250 с.
2. Пригожин А.И. Нововведение: стимулы и перспективы. – М.: Политиздат, 1998. – 270 с.
3. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент. – Спб.: Питер, 2002. – 400 с.