

## ЕФЕКТИВНІСТЬ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

*О Крикавський Є.В., Рикванова І.С., 2011*

Підвищення активності в інвестиційному середовищі України істотно залежатиме від доступності зовнішніх фінансових ресурсів на першому етапі та привабливості інвестування власних ресурсів населенням та бізнесом на другому етапі. Очевидно, що ми не можемо розраховувати на „дешеві” гроші Європейського Союзу, але можемо сподіватися на довіру зі сторони міжнародних фінансових організацій, передусім МВФ за умов наявності відповідного інфраструктурного забезпечення.

Такі стандартні характеристики мають бути присутні в інноваційному середовищі будь-якої країни не говорячи уже про унікальні. Мова йде передусім про системи забезпечення інноваційного процесу як множини упорядкованих гомогенних процесів, що має “вхід” та “вихід”. Очевидно, що від якості систем забезпечення інноваційного процесу залежатиме його результативність (продуктивність) та ефективність, зокрема, в якій мірі інноваційний процес досягне свого логічного завершення, тобто впровадження у реальну економіку, та з якими зусиллями (витратами коштів та часу) відбулося це логічне завершення. Уже сама постановка питання підпадає під категорію відносин “trade of” у ближчій перспективі: для підвищення продуктивності інноваційного процесу (що добре?) необхідно більше витратити коштів та часу (що не дуже...). Це наводить на думку, що послаблення цього дихотомічного зв’язку можливе за рахунок покращення умов протікання інноваційного процесу, передусім тих, що входять до компетенції маркетингу і логістики. Дихотомічні зв’язки такого змісту є типовим зразком об’єкту маркетингових та логістичних рішень.

Адаптування логістичної концепції до інноваційного процесу з допомогою складових мислення: системними категоріями, категоріями доданої вартості, повних витрат, ефективності та обслуговування клієнта ідентифікує такий порядок дій: структурування інноваційного процесу на гомогенні ланки та окреслення їх меж; визначення актуальних логістичних потреб кожної ланки інноваційного процесу та їх оптимальне задоволення; визначення перспективних потреб згідно маркетингової концепції потенційного продукту; логістична гармонізація гомогенних ланок інноваційного процесу із врахуванням концепції потенційного продукту; впровадження логістичних інновацій в інноваційний процес, зокрема на етапі дифузії інновацій.

Практичній реалізації структурування інноваційного процесу у поданому підході може сприяти розуміння концепції впровадження інновацій. Гіпотетично таких концепцій може бути дві: швидка та повільна. Згідно цих концепцій автор вирізняє два відмінні способи реалізації інноваційного процесу. Перший з них характеризується високою інтенсивністю дослідницької та експериментальної роботи на початковому етапі розвитку нового продукту і ставить за мету досягнення якомога вищого рівня цінності продукту, що забезпечує технічну зрілість та досконалість виробу уже на стадії впровадження у серійне чи масове виробництво, протягом якого можуть відбуватися лише незначні малоістотні зміни. Натомість другий спосіб характеризується помірною активністю дослідницьких робіт на етапі розвитку нового продукту і ця активність зростає по мірі наближення до етапу серійного (масового) виробництва. Оскільки на момент впровадження у виробництво продукти ще не є технічно зрілі та досконалі, то це вимагає істотних зусиль щодо удосконалення продукту у процесі виробництва, а значить і додаткових витрат. Такий спосіб є характерним для більшості американських та європейських фірм, натомість японські фірми переважно сповідують перший спосіб – доведення інновації до досконалості до початку серійного виробництва.