

Секція: Інвестиції та інновації

Гилка Уляна Леонідівна

*к.е.н., старший викладач кафедри управління
підприємницькою та туристичною діяльністю
Ізмаїльський державний гуманітарний університет
м. Ізмаїл, Україна*

АНАЛІЗ ЧИННИКІВ РЕАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ

Важливість аналізу причин невдалої реалізації інноваційних проектів обумовлюється визначальним впливом інновацій на сучасну високотехнологічну економіку.

Незважаючи на останні досягнення в управлінні проектами, які спрямовані на мінімізацію смертності інноваційних ідей, частка незавершених проектів залишається вагомим. Усереднена статистика по багатьох країнах за останні 50 років засвідчує, що з кожних 100 проектів, що розпочинали втілення інноваційних ідей, до успішної комерційної реалізації доводилося менше десяти проектів [1, с.230]. Одне з обстежень показало, що із 100 зафіксованих ідей до стадії розробок було доведено 26,6% проектів, до стадії випробувань - 12,4%, завершеними і комерційно успішними виявилось 9,4% проектів [2, с.38].

Отже, існує проблема невизначеності повного комплексу факторів, що впливають на реалізацію інноваційних проектів.

Аналіз досліджень і публікацій. Багато дослідників аналізували фактори успішності реалізації інноваційних проектів з метою підвищення їхньої ефективності. Зокрема, Твісс Б. виділяв наступні фактори: наявність джерела творчих ідей; схильність організації до нововведень; досконала система відбору та оцінки проектів; ефективне управління проектами і контроль; орієнтація на ринок [3, сс.36-54]. Буз, Аллен і Хемілтон показали, що головними факторами успіху інновацій є товар, що відповідає вимогам ринку, та можливості фірми, серед яких передують технологічні

переваги та здатність адаптувати розробку до сприйняття її ринком [4, сс.58-64]. Більшість закордонних досліджень спирається на дані конкретних обстежень інноваційних проектів, що має для України концептуальний інтерес, однак малокорисне для пошуку шляхів мінімізації невдач інноваційних проектів внаслідок неадекватності макроекономічних і бізнесових умов. Вітчизняні дослідники оперують або вузько вибірковими даними, або case-прикладми, що не дозволяє робити широких узагальнень. Тому актуальним є дослідження характеристик вітчизняних інноваційних проектів на достатньо великому масиві даних.

Для дослідження було обрано 24 бізнес-плани інноваційних проектів, які підготовлені великими організаціями на кшталт науково-виробничих комплексів, установ Національної академії наук, технопарків. Метою дослідження було виявлення залежності між характеристиками проектів, що визначають ступінь їх готовності до реалізації, і шансами на успішну реалізацію проектів.

Методика аналізу полягала в наступному:

- спираючись на структуру бізнес-плану, були визначені три групи показників, які відображають: а) вихідні характеристики проекту (оригінальність, інноваційність тощо); б) характеристики процесу виконання проекту; в) характеристики ринкової реалізації проекту;
- для визначення кількісних оцінок встановлених показників була розроблена шкала (табл.1);
- по кожному бізнес-плану експертною оцінкою визначалися значення характеристик проекту;
- отримані дані бралися до уваги при формулюванні висновків щодо шансів успішного виконання проектів.

Демонстраційні результати оцінки характеристик деяких проектів подані в табл. 2. На фоні відмінностей між проектами по багатьох характеристиках виявляються типові чинники, що мають вирішальне значення для реалізації проектів. Зокрема, для переважної більшості із 24

досліджених проектів фіксуються низькі значення двох характеристик: об'єктивні недоліки та обґрунтованість стратегії маркетингу. Проілюструємо зміст зазначених характеристик за даними бізнес-плану проекту з освоєння виробництва газотурбінних установок.

Таблиця 1

Характеристики інноваційних проектів та їхні кількісні визначення (фрагмент)

№	Характеристики	Значення характеристик			
		Вихідні характеристики			
1	Масштабність проекту	Світовий 1	Національний 0,8	Регіональний 0,6	Галузевий 0,4
2	Ринок збуту	Світовий 1	Національний 0,7	Локальний 0,3	Цільовий 0,1
3	Визначені ефекти проекту	Комплексні і масштабні 1	Масштабні, але некомплексні 0,7	Локальні 0,3	Незначні 0,1
4	Рівень інноваційності	Фундаментальний 1	Принциповий 0,6	Частковий 0,3	Невизначений 0
5	Ступінь оригінальності	Абсолютний 1	Відносний 0,7	Удосконалення 0,3	Модернізація 0,1
Проблемні моменти реалізації					
6	Ступінь обґрунтованості інформації по проекту	Найвища 1	Висока 0,7	Задовільна 0,3	Незадовільна 0,1
7	Об'єктивні недоліки	Відсутні 1	Непринципові 0,6	Принципові 0,3	-
8	Свідомі прогалини	Неважливі 1	Суттєві 0,6	Важливі 0,3	-
9	Формальні недоопрацювання	Відсутні 1	Незначні 0,6	Значні 0,3	-
Ринкове впровадження					
10	Потенційна спроможність виконавця	Висока по всіх складових 1	Висока по вирішальних складових 0,7	Загалом невисока 0,3	Явно недостатня 0,1
11	Обґрунтованість стратегії маркетингу	Системна 1	Комплексна 0,7	Окремі елементи 0,3	Необґрунтована 0,1

Таблиця 2

**Зведені дані оцінки характеристик інноваційних проектів
(фрагмент)**

Скорочена назва проекту	Газотурбінні установки	Біодизельне паливо	LCD телевізори	Струминні протитечієві млини
Предмет проекту	<i>Випуск дослідно-промислової партії</i>	<i>Створення технологічного циклу виробництва</i>	<i>Розробка і серійне виробництво</i>	<i>Впровадження розмельного комплексу на теплових ел. станціях</i>
Тип продукту	Механізм	Процес	Механізм	Механізм
<i>Вихідні характеристики</i>				
Масштабність проекту	0,4	0,4	0,4	0,4
Масштаб ринку збуту	0,7	0,1	0,3	0,3
Ефекти проекту	1	0,3	0,3	0,7
Рівень інноваційності	0,3	0,3	0,3	0,6
Ступінь оригінальності	0,3	0,3	0,3	1
<i>Проблемні моменти реалізації</i>				
Ступінь обґрунтованості інформації	0,8	0,3	0,7	0,7
Формальні недоопрацювання	0,7	0,3	0,6	0,7
Свідомі прогалини	0,6	0,6	0,6	0,6
Об'єктивні недоліки	0,3	0,3	0,3	0,3
<i>Ринкове впровадження</i>				
Спроможність виконавця	1	0,3	0,7	0,7
Обґрунтованість стратегії маркетингу	0,1	0,1	0,3	0,3

В розділі 3 “Оцінка ринків збуту” немає аналізу ємності ринку; - показник обсягів реалізації продукції підмінено показником обсягів виробництва, але загальновідомо, що не вся кількість виробленої продукції може бути реалізована на ринку; дані про наявність споживачів продукції подаються в абстрактному вигляді, в розділі 2.6 називається лише один споживач та й то можливий, а не підтверджений.

Ці, на перший погляд, формальні недоопрацювання насправді ставлять під сумнів комерційний успіх проекту, тому що не реалізація на ринку економічно обґрунтованих обсягів продукції не забезпечить окупності інвестицій. Головний висновок за результатами аналізу бізнес-планів інноваційних проектів полягає в тому, що потенційно високий рівень інноваційності та технічної готовності проектів не реалізовується на етапах ринкового впровадження з причин недооцінки вирішальної важливості маркетингового планування. Це можна пояснити нерозумінням заявниками механізмів ринкового впровадження інновацій. Має місце стереотип: якщо наша продукція явно переважає аналоги за сукупністю техніко-економічних показників, то вона автоматично знайде попит - достатньо продемонструвати продукцію всім зацікавленим.

Література

1. Freeman C. A Study of Success and Failure in Industrial Innovation, in B.R. Williams (ed.) Science and Technology in Economic Growth, Proceedings of Conference held by the International Economic Association, St. Anton, Austria (London: Macmillan, 1973), 227-245.
2. Мухин А.П. Коммерциализация научно-технических разработок / Мухин А.П., Арзамасцев Н.В., Ващенко В.П. — М.: АМиР, 2001. - 192 с.
3. Твисс Б. Управление научно-техническими нововведениями / Твисс Б. — М.: Экономика, 1989. — 271с.
4. Аллен К.Р. Продвижение новых технологий на рынок. – М.: БИНОМ, 2012. – 456 с.