

**УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМИ ПРОЕКТАМИ НА
ПРЕДПРИЯТИИ МЕТОДОМ
МАРКЕТИНГОВОГО РАНЖИРОВАНИЯ**

А.В.Косенко

к.э.н., доц., профессор кафедры менеджмента инновационного
предпринимательства и международных экономических отношений

В.И.Борзенко

к.т.н., доц., профессор кафедры менеджмента инновационного
предпринимательства и международных экономических отношений

М.Ю.Глизнаца

к.э.н., доцент кафедры менеджмента инновационного предпринимательства и
международных экономических отношений

П.Г.Перерва

д.э.н, проф., заведующий кафедрой менеджмента инновационного
предпринимательства и международных экономических отношений
Национальный технический университет «Харьковский политехнический
институт» (г.Харьков)

Экономическая среда, в которой предприятия осуществляют свою инновационную политику, находится в постоянном движении и изменении. Изучение важнейших аспектов выживания и конкурентоспособного функционирования в современных экономических условиях, которые называются инновационной экономикой, свидетельствует о важности инновационного развития предприятий. В связи с этим, проблема использования и развития инновационного потенциала предприятия приобретает особую значимость, что обусловлено также необходимостью решения стратегических задач на микро- и макроуровнях.

Инновационный проект следует рассматривать как одну из форм реализации инновационного потенциала предприятия, под которым следует понимать совокупность возможностей целенаправленных инновационных изменений исходного состояния любой системы в ее конечное состояние, связанные с затратами времени, финансов и ресурсов.

В связи с этим следует отметить, что инновационный проект, эффективный для одного предприятия, может оказаться неэффективным для другого в силу объективных и субъективных причин, таких как территориальная расположенность предприятия, уровень компетенции персонала по основным направлениям инновационного проекта, состоянии производственного потенциала и т.п. Все эти факторы оказывают существенное влияние на результативность инновационного проекта, но оценить количественно каждый из них очень сложно, а в некоторых случаях невозможно, поэтому их необходимо учитывать на стадии отбора проектов.

В связи с тем, что на каждом конкретном предприятии имеют место свои особые факторы, влияющие на эффективность инновационных проектов, то универсальную систему оценки можно создать только с точки зрения рекомендательного характера, поскольку ряд факторов имеет отношение к большинству инновационных предприятий.

Таким образом, на основе этих факторов можно выделить определенные критерии для ранжирования инновационных проектов, которые являются следствием анализа инновационного проекта, который заключается в исследовании показателей качества инновации, экономическом анализе и формировании стоимостных оценок инновационного проекта.

Для прогноза стоимостной оценки инновации необходимо применять один метод, а последовательно-параллельное вариантное системное моделирование. Экономическая часть этого моделирования основана на применении метода анализа «затраты - эффективность».

Показатели качества инновации и ее инвестиционная привлекательность рассчитываются на основе экспертных оценок, создания агрегированной

мысли, метода проб и ошибок и составлением дерева целей. Далее оказывается рейтинг показателей, проводится ранжирование проектов и осуществляется условный перевод в количественную форму.

В связи с этим, если при анализе инвестиционных проектов можно ограничиться стандартным методикам, то инновационные проекты требуют сочетание количественных и качественных методов и проведение сравнительного анализа моделей факторов в различных совокупностях.

Таким образом, особенность анализа инновационных проектов заключается в том, что расширяется круг проблем по их ранжированию, что, в свою очередь, усложняет задачу экспертов. Это связано, во-первых, с тем, что увеличивается число объектов, подлежащих анализу, что обусловлено принципиальной новизной продукта, неизвестностью рынка, особенностью целевого отбора технологического и производственного аппарата, специальной подготовкой и обучением персонала и, наконец, с значительными техническими, технологическими и коммерческими рисками. Кроме того, особое внимание при разработке инновационных проектов необходимо уделять правовым, институциональным, экологическим и социальным проблемам. Во-вторых, для анализа инновационных проектов приходится применять качественные и прогностические методы, усложняет процедуру и снижает точность прогноза.

С целью ранжирования инновационных проектов на предприятии необходимо выделить следующие потенциалы как структурные компоненты инновационного потенциала: кадровый; производственный; инвестиционный.

В связи с этим, можно говорить о том, что формируется система критериев, которая дает возможность оценить вклад инновационного проекта в достижение конечной цели и использовать эту информацию для соответствующего распределения ресурсов на реализацию таких проектов.

Данный подход к анализу инновационных проектов является основанием для их экспертизы. Итак, экспертиза может и должна выступить одним из условий ранжирования инновационных проектов, задача которой состоит в

оценке научного и технического уровня проекта, возможностей его выполнения и т.д. В конце концов она должна быть основой разработки методов ранжирования инновационных проектов.

На наш взгляд, экспертиза должна обеспечить выбор качественного инновационного проекта, который представляется инвесторам. В связи с этим, инновационные проекты должны подвергаться анализу с помощью единой системы критериев, что, в свою очередь, означает, что информационная база, точность и методы определения стоимостных и натуральных показателей по вариантам должны быть сопоставимы.

В аспекте вышеизложенного выделим следующие методы экспертизы инновационных проектов: описательный; сравнения положений «до и после»; сравнительная экспертиза.

Описательный метод заключается в том, что рассматривается потенциальное действие результатов осуществляемых проектов на ситуацию на определенном рынке товаров и услуг. Полученные результаты обобщаются, составляются прогнозы и учитываются побочные процессы. Данный метод позволяет учитывать, например, взаимодействие сферы НИОКР с патентным правом, налоговым законодательством, образованием, подготовкой и переподготовкой кадров. Среди основных недостатков этого метода следует отметить то, что описательный метод не позволяет корректно сопоставить два и более альтернативных варианта.

Метод сравнения положений «до и после» позволяет учитывать не только количественные, но и качественные показатели различных проектов. Вместе с тем, этому методу присуща высокая вероятность субъективной интерпретации информации и прогнозов.

Метод сравнительной экспертизы заключается в сравнении положения предприятий и организаций, получающих государственное финансирование и не получающих его. Здесь обращается внимание на сопоставимость потенциальных результатов осуществляемого проекта, что составляет одно из требований проверки экономической обоснованности конкретных решений по

финансированию краткосрочных и быстрокупаемых проектов. Данный метод, как и все предыдущие, имеет недостатки, в частности, он неприменим при выработке долгосрочных приоритетов государственной политики.

Следует отметить, что преимущества и недостатки различных методов экспертизы инновационных проектов обуславливают их комбинированное применение.

Выделение особенностей экспертизы инновационных проектов позволяет как методы их ранжирования рассматривать:

- проекты, по которым имеются готовые образцы, которые составляют основу рынка инновационных программ и дают основную практическую отдачу. Основой маркетинга таких проектов является активизация спроса на результаты инновационной деятельности и продвижения инноваций на рынок, формирование благоприятного инвестиционного климата;

- приоритетные объекты, находящиеся на завершающих стадиях, является основой государственных научно-технических программ, направленных на решение среднесрочных (3-7 лет) ключевых проблем;

- фундаментальные и поисковые долгосрочные (7-15 лет) ключевые проблемы развития. Основой их выполнения базовое финансирование мониторингу (оценка и выявление прорывных направлений, критических технологий).

Главным выводом следует считать то, что ранжирования инновационных проектов на предприятии осуществляется с целью выявления потребностей в инновационном развитии и поиске возможных путей их удовлетворения, то есть выбора направлений эффективного использования инновационного потенциала.

Литература

1. Pererva Petro Organization of Marketing activities on the Intrapreneurship // Petro Pererva, Szabolcs Nagy, Maria Maslak.- MIND JOURNAL // Wyższa Szkoła Ekonomiczno-Humanistyczna.- № 5.- 2018.- [Published online].- Access mode: https://mindjournal.wseh.pl/sites/default/files/article/09-18/organization_of_marketing_activities_on_the_intrapreneurship.pdf

2. Nagy S. Monitoring of innovation and investment potential of industrial enterprises / S. Nagy, P. Pererva // Сучасні тенденції розвитку світової економіки : зб. матеріалів 10-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 18 травня 2018 р. – Харків : ХНАДУ, 2018. – С. 88-89.
3. Pererva P.G., Kocziszky György, Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. 668 p.
4. Перерва П.Г. Оцінка впливу інноваційної, інвестиційної та маркетингової політики підприємства на рівень конкурентоспроможності / П.Г.Перерва, С.Нагі, Т.О.Кобелева // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 15 (1291). – С. 89-94.
5. Nagy S. Current evaluation of the patent with regarding the index of its questionnaire / S.Nagy, M.Sikorska, P.G.Pererva // Сучасні підходи до креативного управління економічними процесами : матеріали 9-ї Всеукр. наук.-практ. конф., 19 квітня 2018 р. – Київ : НАУ, 2018. – С. 21-22.
6. Перерва П.Г. Оцінка впливу інноваційної, інвестиційної та маркетингової політики підприємства на рівень конкурентоспроможності / П.Г.Перерва, С.Нагі, Т.О.Кобелева // Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ «ХПІ», 2018. – № 15 (1291). – С. 89-94.
7. Перерва П.Г. Трудоустройство без проблем (искусство самомаркетинга). – Харьков : Фактор, 2009. 480 с.
8. Kocziszky György, Somosi Veres M., Kobielieva T.O Reputational compliance // Дослідження та оптимізація економічних процесів «Оптимум–2017»: тр. 13-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 6-8 грудня 2017 р. Харків, 2017.– С. 140-143.
9. Перерва П.Г. Потребность в электротехнических средствах автоматизации. Теория и методы определения. - Харьков : Основа. 1991. 114 с.
10. ТОВАЖНЯНСЬКИЙ В.Л., ПЕРЕРВА П.Г., КОБЕЛЕВА Т.О. Банкротство, санація та реструктуризація підприємства як економічні категорії антикризового управління. Вісник НТУ «ХПІ». 2015. № 59 (1168). С. 148-152.
11. Перерва П.Г., Коциски Д., Верес Шомоши М., Кобелева Т.А. Комплаенс программа промышленного предприятия.– Харьков-Мишкольц : ООО «Планета-принт», 2019. – 689 с.
12. Перерва П.Г., Гончарова Н.П., Яковлев А.И. Маркетинг инновационного процесса. Учебное пособие - Киев: ВИРА-Р. 1998.- 267с.
13. Перерва П.Г. Управління маркетингом на машинобудівному підприємстві. Навч.посібник.- Харків : «Основа», 1993.- 288с.
14. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена.- Ростов н/Д: Феникс, 2003. - 592 с.
15. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. – К.: Знання, 2009. – 1070 с.
16. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи. Вісник нац. техн. ун-ту «ХПІ» : зб. наук. пр. Сер. : Економічні науки. – Харків : НТУ «ХПІ», 2017. – № 24 (1246). – С. 153-158.