

## **ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СТРУКТУРИ ІННОВАЦІЙНОГО БІЗНЕС-ПРОЕКТУ**

**І.В. ДОЛИНА**

к.е.н, професор кафедри економіки бізнесу  
Національний технічний університет «ХПІ» (м.Харків)

**П.Г. ПЕРЕРВА**

д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки бізнесу  
Національний технічний університет «ХПІ» (м.Харків)

В основі якісних зрушень, що відбуваються в українській економіці, лежить інноваційна спрямованість стратегії та тактики розвитку промислового виробництва. Інноваційна бізнес-активність економіки набула характеру головного соціально-економічного процесу в індустріально розвинених країнах. Зміни факторів виробництва виражаються у зростанні їх інформаційної, інтелектуальної та інноваційної складових. Ці тенденції тісно пов'язані з трансформацією форм та методів організації суб'єктів господарської діяльності та управління ними.

Завданням інноваційної бізнес-діяльності є створення нових виробів (або послуг), які будуть основою виробничої діяльності фірми у майбутньому. При проведенні інноваційної діяльності, природно, повинні враховуватися виробничі культура, традиції, організація, інфраструктура, технологічний рівень, кадровий потенціал і т. д. Але, мабуть, найважливішою обставиною є те, що інноваційна бізнес-діяльність як діяльність, звернена в майбутнє, тісно пов'язана і взаємно визначає стратегічний менеджмент фірми. Стратегія перетворюється на реальність тільки в результаті розробки конкретного продукту чи процесу. Витрати на інноваційну бізнес-діяльність - це вкладення у майбутнє фірми, але водночас пов'язані з високими невизначеністю і ризиком.

Все викладене дає підстави зробити висновок, що в більшості випадків управління інноваційною бізнес-діяльністю (прогнозування, планування, оцінка

проектів, організація та комплексне управління, контроль) - стратегічно важливіше завдання, ніж власне виконання інноваційної бізнес-діяльності (важливіше визначити правильний напрямок руху, ніж зосередитися на конкретних кроках у цьому напрямі).

Таким чином, метою даного дослідження являється розгляд та вивчення порядку формування структури інноваційних бізнес-проектів. Поняття «інноваційний бізнес-проект» може розглядатися у кількох аспектах: як сукупність заходів для досягнення інноваційних бізнес-цілей, як процес здійснення інноваційної бізнес-діяльності, як пакет документів, що обґрунтовують та описують ці бізнес-заходи. Ці три аспекти підкреслюють значення інноваційного бізнес-проекту як форми організації та цільового управління інноваційною бізнес-діяльністю. Інноваційний бізнес-проект є складною системою процесів, взаємообумовлених і взаємопов'язаних за ресурсами, термінами та стадіями. Ринкові механізми координації бізнес-діяльності підприємств у галузі розробки, впровадження та комерціалізації нововведень дуже недосконалі. Це зумовлено і станом української економіки, і неблагополучним інвестиційним кліматом та інерційністю великих промислових підприємств, і нестачею ресурсів малого бізнесу. Однією з найбільш сприятливих можливостей створення та впровадження нововведень є особлива система організації та фінансування інноваційних бізнес-проектів.

Формування інноваційних бізнес-проектів на вирішення найважливіших науково-технічних проблем забезпечує комплексний, системний підхід. Залежно від виду проекту у його реалізації можуть брати участь десятки організацій проектного та промислового профілю, різноманітні фінансові інститути, наукові, громадські та державні установи, комерційні структури. Таким чином, реалізація задуму інноваційного бізнес-проекту забезпечується десятками учасників та організацій. Розмаїття цілей та завдань інноваційного бізнес-розвитку визначає безліч різновидів інноваційних та науково-технічних бізнес-проектів.

Розробка інноваційного бізнес-проекту – тривалий та дуже дорогий процес. Від початкової ідеї до експлуатації цей процес може бути представлений у вигляді циклу, що складається з трьох окремих фаз: передінвестиційної, інвестиційної та експлуатаційної. Інноваційні бізнес-проекти також характеризуються високою невизначеністю на усіх стадіях інноваційного циклу. Слід також вказати, що нововведення, які успішно минули стадію випробування та впровадження у виробництво, можуть бути не прийняті ринком, тоді їх виробництво має бути припинено. Багато бізнес-проектів дають результати на першій стадії розробки, але потім при неясній ресурсній або техніко-технологічній перспективі повинні бути закриті для подальшого виконання.

Досвід інноваційної діяльності на промислових підприємствах нашої країни свідчить про те, що навіть найуспішніші бізнес-проекти не застраховані від ринкових невдач: будь-якої миті на протязі їх життєвого циклу у конкурента може з'явитися більш перспективна по оцінкам споживачів новинка. Також для інноваційного бізнес-проекту в порівнянні з інвестиційним проектом є наявність на кожному етапі його життєвого циклу декількох можливих варіантів розвитку. Якщо після відбору інноваційного бізнес-проекту здійснюється лише одне-єдине рішення, яке слід реалізувати, то в цьому випадку інноваційний бізнес-проект вимагає нової переоцінки та перегляду на наступних етапах та в численних контрольних точках. Інновація у своїй основі характеризується альтернативністю та багатоваріантністю рішень. Звідси виникає складність прогнозування.

Інновації можуть бути успішними, якщо будуть підкріплені сконцентрованими та скоординованими діями всіх зацікавлених сторін – держави та приватного сектору. Для вироблення та здійснення таких економічно обґрунтованих, скоординованих дій інноваційної стратегії України конче необхідна розробка державної інформаційної системи «Інноваційна політика реального сектора економіки». Її використання допоможе

підприємствам та організаціям у коригуванні стратегії та тактики їх інноваційної та підприємницької діяльності.

### Література

1. Гольдштейн Г.Я. Иинновационный менеджмент. Таганрог: ТРТУ, 2004. 267 с.
2. Гладенко И.В. Мониторинг производственно-коммерческой деятельности промышленного предприятия / И.В. Гладенко, П.Г. Перерва, В.Л. Тovaжнянский, Т.А. Кобелева // *Вісник НТУ «ХПІ»*. 2009. № 36-1. С. 12-22
3. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Маркетинг инновационного процесса. К.: ВИРА-Р, 1998. 267с.
4. Кобелева Т.О. Методичні засади моніторингу кон'юнктури ринку асинхронних електродвигунів // *Управління розвитком*. Харків: ХНЕУ. 2011. № 4. С. 258-260.
5. Pererva P. Antikrizisnyy monitoring of finansovo-ekonomicheskikh indexes of work of enterprise / P.Pererva, V.Tovazhnyanskiy, T.Kobeleva, I.Gladenko// *Business Studies*.- Miskolc : Miskolc University Press.- 2010.- Volume 7.- Number 2.- S. 171-183.
6. Tkachova, N.P, Pererva P.G., Kobieliyeva, T. O. Investigation of the role of venture companies in the early stages of the product life cycle // *Науковий вісник Полісся*. 2017. № 2 (10), ч.2. С. 144-149.
7. Tkachov M.M., Pererva P.G., Kobieliyeva T.O., Tkachova, N.P., Diachenko T.A. Management of relations with enterprise stakeholders based on value approach // *Problems and Perspectives in Management*. 2021. Vol. 19, Iss. 1. P. 24-38.
8. Тovaжнянский В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.А. Попередження кризових явищ на підприємстві засобами санації та реструктуризації // *Вісник НТУ "ХПІ"*: зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2015. № 60 (1169). С. 78-81.
9. Kobieliyeva T.O., Pererva P.G., Kuchinskyi V.A., Garmash S.V., Danko, T.V. Ensuring the Sustainable Development of an Industrial Enterprise on the Principle of Compliance-Safety // *Studies of Applied Economics. Spec. Iss.: Innovation in the Economy and Society of the Digital Age*. 2021. Vol. 39, № 5. 11 p.

10. Kosenko O.P., Kobieliava T.O., Tkacheva N.P. Monitoring the commercial potential of intellectual property // *Scientific bulletin of Polissia*. 2017. №1, ч.2. С.140-145.
11. Kocziszky G., Kobieliava T.O., Pererva P.G., Veres Somosi M. Compliance program. Kharkov-Miskolc : NTU «KhPI». 2019. 689 p.
12. Перерва П.Г. Практический маркетинг. Вып. 4. Исследование рынка промышленной продукции. М.: НПО «РИМ», 1991. 96 с.
13. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. 668 p.
14. Перерва П.Г. Практический маркетинг. Вып. 2. Маркетинг на промышленном предприятии. - М.: НПО «РИМ», 1991. - 80 с.
15. Pererva P.G., Tkachev M.M., Kobieliava T.O. Evaluation of holder profits violation of their exclusive rights // *Науковий вісник Полісся*. 2016. № 4 (8), ч.2. С.240-246.
16. Грабченко А.И., Смолвик Р.Ф., Перерва П.Г. Основы маркетинга высоких технологий: Учебное пособие, Харьков: ХГПУ, 1999.- 242с.
17. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена. Ростов н/Д: Феникс, 2003. 592 с.
18. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи // *Вісник НТУ "ХПІ"*. Харків : НТУ "ХПІ", 2017. № 24. С. 153-158.
19. Перерва П.Г. Управління маркетингом на машинобудівному підприємстві // *Навч.посібник для інж.-техн.вузів*. Харків: «Основа», 1993. 288с.