

ОСНОВНІ ЦІЛІ ПІДПРИЄМСТВ ПРИ РОЗРОБЦІ ТА ВПРОВАДЖЕННІ ІННОВАЦІЙНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Інноваційна діяльність є основною рушійною силою розвитку як кожного підприємства окремо, так і держави загалом. Вона спрямована на покращення та розвиток кожної сфери життя людини та суспільства. Слід зазначити, що одним з найважливіших етапів інноваційної діяльності є комерціалізація інноваційної продукції.

Комерціалізація інноваційної продукції – це процес виведення інноваційного продукту (винаходу, промислового зразка, раціоналізаторської пропозиції, корисної моделі тощо) на ринок з метою отримання економічної вигоди [1].

Щодо основних цілей при розробці та впровадженні інноваційної продукції, то статистичні джерела показують наступні дані (Рис. 1).

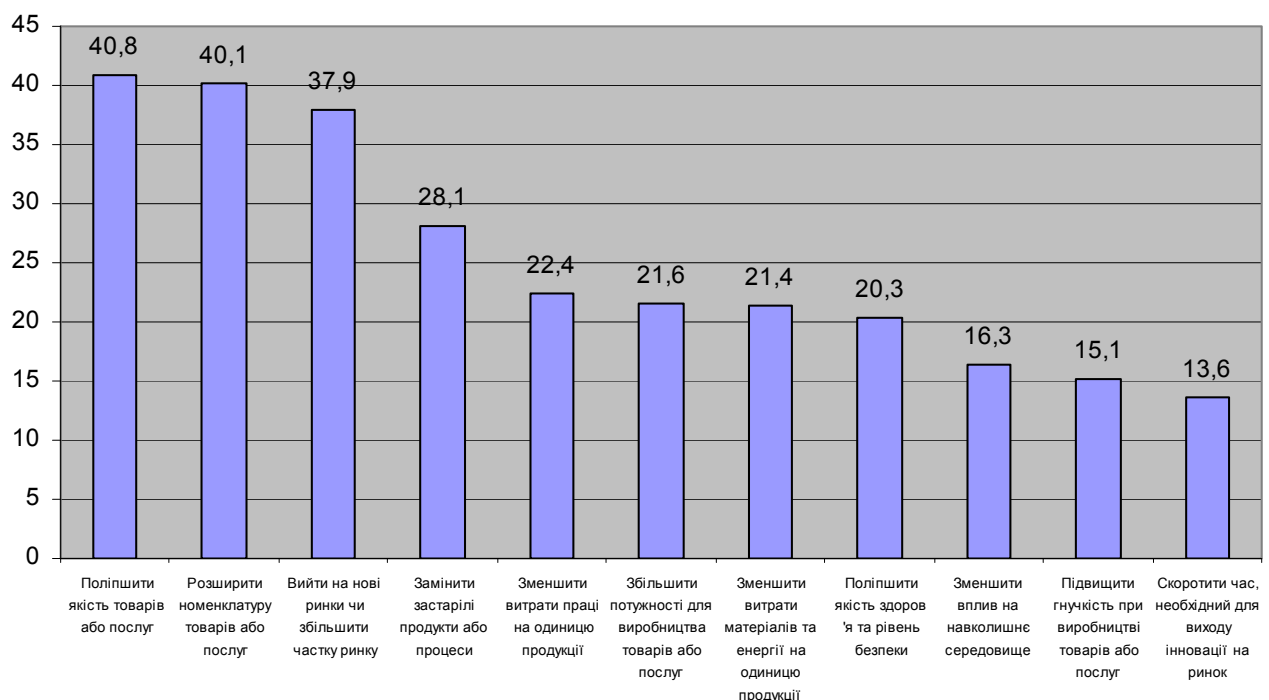


Рис. 1. Розподіл підприємств України з технологічною інновацією за найбільш важливими інноваційними цілями при розробці та впровадженні інноваційної продукції або процесів протягом 2008-2010 рр., % [2, с. 274].

Як показують статистичні дані, головною метою, яка стимулює підприємства до розробки та впровадження інновацій є покращення якості товарів або послуг (40,8 %). Також вагомими стимулами є розширення номенклатури товарів або послуг (40,1 %) та вихід на нові ринки або розширення існуючих (37,9 %). Дещо меншу частину становлять організації, які хочуть замінити застарілі продукти або процеси (28,1 %).

Іншими цілями, які спонукають підприємства до розроблення та впровадження інновацій, є зменшення витрат праці на одиницю продукції (22,4 %), збільшення потужності для виробництва товарів та послуг (21,6 %), зменшення витрат матеріалів та енергії на одиницю продукції (21,4 %) та поліпшення якості здоров'я та рівня безпеки (20, 3 %).

Групою стимулів, які спонукають підприємства до впровадження інновацій в найменшій мірі, є зменшення впливу на навколишнє середовище (16, 3 %), підвищення гнучкості при виробництві товарів або послуг (15,1 %) та скорочення часу, необхідного для виходу інновації на ринок (13,6 %).

Отже, можна з впевненістю сказати, що основним бажанням підприємств при розробці та впровадженні інновацій, є покращення якості продукції. Це свідчить про те, що відомий стереотип, буцімто підприємства націлені на отримання максимального прибутку будь-яким методом та в мінімальний час, стає неактуальним.

Список літератури:

1. *Косцик Р.С.* Комерціалізація інноваційної продукції: сутність, значення та принципи здійснення // Вісник Національного університету «Львівська політехніка» Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку, Вип. № 727 – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2012. – с. 320-329.
2. Наукова та інноваційна діяльність в Україні у 2011 році. Статистичний збірник / відпов. за випуск І.В. Калачова. – Київ: ДП „Інформаційно-видавничий центр Держстату України” 2012. – 305 с.