

економіки: проблеми і досвід // Економіст. – 2008. – № 12. – С. 52 – 57.

3. Антонюк Л. Л. Інновації: механізм розробки та комерціалізації // Держава та регіони. – 2009. – № 3. – С. 18 – 24.

4. Туніцький Н. О. Системний підхід до організації маркетингу на підприємстві // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 4. – С. 29 – 33.

5. <http://www.google.ru/>

Надійшла 13.09.2009

УДК 005.8

Н. В. КОРТЕЛЁВА

Донецкий университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского

## ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И ЕЁ МЕСТО В УПРАВЛЕНИИ ПРОЕКТАМИ

*Розглянуті авторські підходи до трактування поняття «інновація». Визначені відмінні ознаки та межі проекту. Розглянуті складові проекту як процесу переходу з вихідного стану до кінцевого, тобто досягнення результату з врахуванням ряду умов і механізмів. Виходячи з процесного підходу, доцільно включити елементи – потреби, обмеження і забезпечення – як вхідні, а на виході відобразити інновації як результат, що задовольняє виявлені потреби.*

*The author going is considered near interpretation concept of «innovations». Distinctive signs and lines of project are certain. The constituents of project are considered as a transition process from the initial state in eventual one, I.e. achievements of result taking into account the row of terms and mechanisms. Coming from proces approach, it is expedient to include elements are necessities, limitations and providing – as an entrance, and on an output to reflect innovations as a result, satisfying the exposed necessities.*

*Ключові слова: інновація, інноваційна діяльність, потреби, процесний підхід.*

Управление проектами тесно связано с инновационной деятельностью. В основе любого проекта лежит инновация определенного уровня. Основываясь на том, что сама по себе инновация представляет собой деятельность по созданию чего-либо нового, в данном контексте проект несет в себе определенные инновации. Кроме того, основными элементами инновационной деятельности являются проекты.

В. Рач определяет, что «инновационную деятельность целесообразно рассматривать как инновационную систему (а не инновационный процесс), управление которой проводится на принципах управления проектами» [1, с. 12]. Данное положение следует дополнить и определить, что инновационная деятельность не только формируется на основе теории управления проектами, но, что важно, является результатом управления проектами.

В данном случае инициация проекта формирует возникновение новых бизнес-процессов на предприятии, которые, в свою очередь, создают инновации.

Исходя из этого, необходимо определиться с пониманием инновации как результата проекта. В рамках этого исследуем понимание инновации с позиций разных авторов (табл. 1).

Таблица 1

### Авторские подходы к трактовке инновации

Автор	Содержание понятия	Особенность
Закон Украины «Об инновационной деятельности»	«Инновации – вновь созданные (использованные) и (или) усовершенствованные конкурентоспособные технологии, продукция или услуги, а также организационно-технические решения производственного, административного, коммерческого или другого характера, которые существенно улучшают структуру и качество производства и (или) социальной сферы» [2, с. 10].	Отражены объекты, процессы управления и результаты
Василевская И.В.	«Под инновацией подразумевают осуществление изменений путем внедрения чего-либо нового» [3, с. 6]	Выделены изменения как процесс, приводящий к внедрению чего-либо нового
Ригс Х.	«Инновация – коммерческое освоение новой идеи» [4, с. 7]	Инновация определена как процесс
Хипель В.	«Инновация – это использование нового продукта или процесса на практике» [5, с. 19]	Инновация определена как процесс
Тидд Д., Бессант Д., Павитт К.	«Инновация – это процесс претворения возможностей в новые идеи, которые широко внедряются в практику» [6, с. 38]	Инновация определена как процесс и отражен её результат
Мухамедьяров А.М.	«Как материальный продукт инновации (нововведения) отождествляются с новшествами (новыми изделиями, материалами, процессами, методами и т.д.), а как процесс они рассматриваются как изменения, направленные на разработку, освоение, распространение и использование новшеств. Во втором значении новшества трактуются как результат процесса нововведений (инновационного процесса), развивающегося во времени и имеющего четко выраженные стадии и этапы» [7, с. 8]	Инновации сами по себе определены как результат

Исходя из объекта исследований, наиболее адекватной является трактовка А.Мухамедьярова, где инновация отражена как результат действий. Следовательно, учитывая то, что проект сам по себе это комплекс действий (бизнес-процессов), то его результатом будет инновация определенного типа, в данном случае продуктовая, технологическая либо управленческая.

Проект отличается тем, что он не повторяется; имеет заранее сформулированную цель, имеет определенное начало и конец, ограничен во времени и средствах, сложен; требует привлечения специалистов разных профилей, часто имеет высокий приоритет.

Эти отличительные черты требуют определенного подхода:

- 1) формирование проектной группы занимающейся подготовкой и осуществлением проекта;
- 2) управления (обеспечение выполнения проекта в соответствии с поставленными требованиями к качеству, издержкам, срокам);
- 3) инновация осуществляется наряду с обычной повседневной деятельностью. В то же время требования к организационной структуре в связи с реализацией проекта отличаются от условий регулирования и поддержания существующих производственных процессов.

Таким образом, исследовав базовые понятия, определяющие сущность инновации и его системную взаимосвязь, целесообразно усовершенствовать место инновации в управлении проектами с точки зрения процессного подхода.

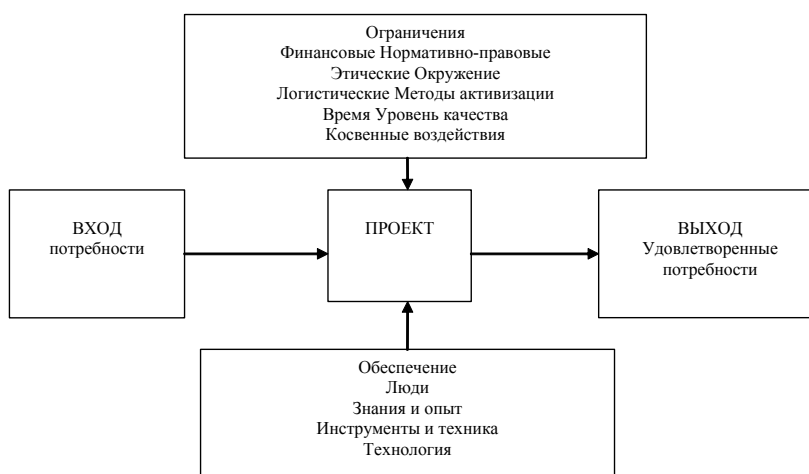


Рис. 1. Проект как процесс перехода системы из исходного состояния в конечное [8, с. 12]

Проект представляет собой систему бизнес-процессов, варьируемых в зависимости от его целей и масштабов, требующую заранее определенных материальных, финансовых, информационных, временных затрат, которая имеет своей целью создание инновации определенного типа.

Уточнив определение проекта необходимо рассмотреть как в соответствии с этим изменится понимание управления проектом.

И. Мазур, В. Шапиро, Н. Ольдерогге, с точки зрения системного подхода, предлагают рассматривать составляющие проекта как процесс перехода из исходного состояния в конечное, т.е. достижение результата с учетом ряда условий и механизмов (рис. 1).

Данные составляющие проекта как объекта управления не дают возможности видеть, чем именно необходимо управлять в процессе выполнения проекта, а рис. 1 отражает только исходные элементы, которые инициируют возникновение и планирование проекта, и выход проекта, представленный достаточно абстрактно как удовлетворение потребностей.

Исходя из процессного подхода, целесообразно включить элементы – потребности, ограничения и обеспечение – как входные, а на выходе отразить инновации как результат, удовлетворяющий выявленные потребности. Следовательно, более корректно было бы представить проект как процесс перехода системы в качественно новое состояние следующим образом (рис. 2).

Кроме того, что результатом выполнения проекта являются инновации, можно отметить, цикличность проектного процесса, которая имеет место наряду с его уникальностью, но вместе с тем обусловлена изменениями требований потребителей, что вынуждает приспосабливать типовые проекты к конкретным параметрам.

Таким образом, управление проектами представляет собой систему бизнес-процессов по организации, планированию, взаимодействию, мотивации и контролю в рамках выполнения конкретной задачи по созданию инновации определенного типа с целью удовлетворения существующих или потенциальных потребностей. Перспективами дальнейших исследований в данном направлении являются предпосылки использования различных методов управления проектами как фактор повышения эффективности функционирования предприятий.

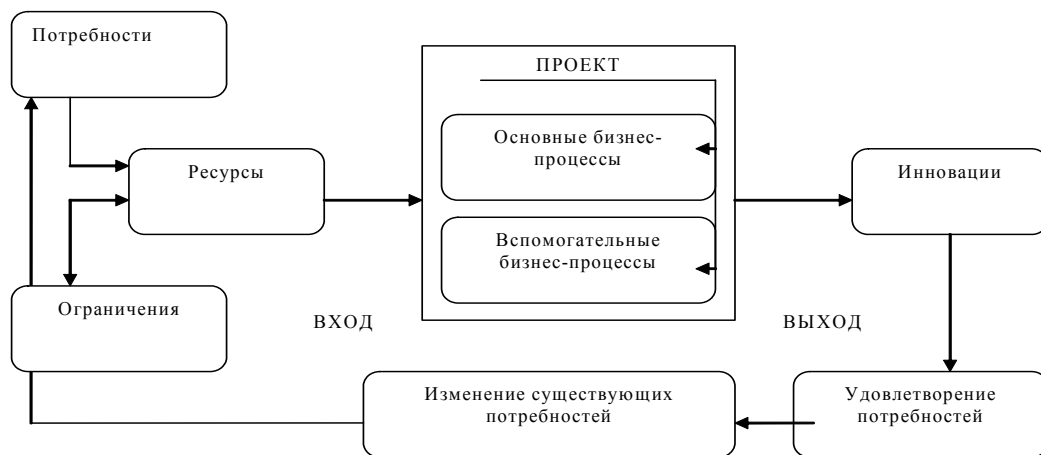


Рис. 2. Управление проектами как процесс формирования инноваций

## Литература

1. Рач В. А. Проектная деятельность в современных условиях [Текст] : Корпоративные системы / В. А. Рач – 2004. – № 5. – 11 – 14 с.
2. Закон України „Про інноваційну діяльність” [Текст] : Голос України. – 9 серпня 2002 р. – 10 с.
3. Василевская И. В. Инновационный менеджмент [Текст]: учеб. пособие / И. В. Василевская – М.: Издательство РИОР, 2004. – 80 с.
4. Riggs H. Managing high technology companies Blmont. – N.Y., 1983. – P. 7.
5. Hippel V. U.S. high technology trade and competitiveness. Staff-report. – U.S. Department of Commerce, 1985. – p.19.
6. Tidd D., Bessant D., Pavitt K. Managing innovation. John Wiley & Sons, LTD, Chichester, 2001. – P. 38.
7. Мухамедьяров А. М. Инновационный менеджмент [Текст] : Учеб. пособие / А. М. Мухамедьяров – М.: ИНФРА-М, 2004. – 127 с.
8. Мазур И. И. Управление проектами [Текст] : Учебное пособие / И. И. Мазура. – 2-е изд. – М.: Омега-Л, 2004. – 664 с.

Надійшла 27.09.2009

УДК 366.14

І. В. ЛИЛИК

ДВНЗ КНЕУ імені Вадима Гетьмана

## РИНКОВІ МЕХАНІЗМИ ФОРМУВАННЯ НОВИХ МАРКЕТИНГОВИХ ЦІННОСТЕЙ У ПОСТСОЦІАЛІСТИЧНИХ КРАЇНАХ

*Формування маркетингової економіки знаходиться на початковій стадії. Новою маркетинговою цінністю маркетингової економіки є свідомий споживач, який саме і визначає на основі свідомого вибору що він придбає найбільшу цінність за найменшу винагороду. Але такий вибір робиться на основі наявності повної інформації щодо товару та можливості інтерактивно та швидко реагувати на якість товару.*

*Marketing economy is at first stage of forming. Conscious consumer is new market value of such economy. Conscious consumer defines that he or she buys the greatest value with the lowest expenses based on conscious choice. But such choice has to be based on full information about good and possibility to interactively quickly react on quality of this good.*

*Ключові слова: консюмерський рух, свідомий споживач, маркетингові цінності.*

**Вступ.** Розвиток маркетингу призводить до змін у маркетингових пріоритетах та формування нових цінностей. Аналізуючи концепції менеджменту, які домінували наприкінці 20-х років ХХ ст., і квінтесенцією яких сформулював відомий економіст П.Друкер [3, с. 10], ми можемо стверджувати, що основними цінностями для менеджменту була визначена потреба споживача, а основними функціями підприємства: інновації та маркетинг. Правильне вивчення потреби призведе до отримання прибутку в невизначеній, тобто ринковій економіці. Розвиток світового та європейського економічного простору привели до змін в соціальному та економічному житті. Суспільство споживачів у цьому процесі відіграло одну з ключових ролей.

Усвідомлення необхідності формування свідомого споживача прийшло протягом розвитку консюмерського руху, а необхідність формування ринкового механізму для діяльності свідомого споживача