

УДК 659.113.26

Н.М. Кирилко

Київський національний університет технологій та дизайну, Україна

## **ВИСТАВКОВА ДІЯЛЬНІСТЬ – ДЖЕРЕЛО ГЕНЕРУВАННЯ НОВОЇ ПРОДУКЦІЇ ТА ТЕХНОЛОГІЙ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ**

N.M. Kyrylko

### **EXHIBITION ACTIVITY IS SOURCE OF GENERATING OF NEW PRODUCTS AND TECHNOLOGIES of INDUSTRIAL ENTERPRISES**

В Україні інноваційний процес відбувається досить повільно, скорочується кількість інноваційних підприємств та їх результативність. Крім того, показники продуктивності праці є одними з найнижчих серед країн Східної Європи та СНД, що й підтверджує застійні процеси в науково-технологічній сфері. Здолати розрив у продуктивності праці Україна не зможе без структурних змін і дієвої інноваційної політики, формування сприятливого системного середовища для розвитку інновацій через створення узгодженої за всіма елементами національної інноваційної системи (НІС). Розробка нової продукції на промислових підприємствах постає як наслідок процесу цілеспрямованого пошуку. Спонукальними мотивами можуть бути: спостереження за подібною продукцією під час виставкових заходів, звіти і пропозиції торгових агентів, аналіз продукції, що виготовляється, вивчення тенденцій у розробленні нових виробів фірмами-конкурентами, аналіз патентної інформації, вивчення думок експертів з науково-технічних питань та технологій, оцінювання власних переваг і недоліків. Джерелом ідей нової продукції та послуг можуть бути різні мотиви, але переважати мають ті, що виходять із передбачення еволюції потреб, а не з пасивної реакції на вимоги ринку. Що стосується інноваційної активності експонентів (учасників виставкових заходів), то вона на сьогодні зменшилась на 246,6 досліджень, що спонукає до прийняття певних дій.

*Генерація ідей* – це своєрідний пошук можливостей створення товару ринкової новизни. Ідеї створення нової продукції виникають у дослідницьких лабораторіях та конструкторських бюро в результаті проведення опитувань або аналізу скарг споживачів, спостереження за спорідненими товарами під час виставкових заходів. Основні джерела ідей інновацій: результати аналізу потреб споживачів; результати аналізу розробок у галузі науки і техніки; розробки науково-технічних працівників самого підприємства; результати аналізу діяльності конкурентів; результати ситуаційного й імітаційного моделювання поведінки споживачів у сьогоденні і майбутньому; результати аналізу тенденцій розвитку науково-технічного прогресу та ін. (рис.1).



Рис. 1 Генерація в національній інноваційній системі

Вагомий вплив на інноваційні процеси має участь у виставкових заходах, надаючи прискорену дію щодо розвитку науки, техніки та виробництва промислових підприємств,

будучи стимулятором та інтенсифікатором наукової і технічної думки.

Виставкові заходи одночасно є своєрідною лабораторією щодо перевірки новинок на актуальність і прийнятність нових інженерних ідей та рішень, на відповідність їх суспільним потребам та попиту ринку. Промислові підприємства-експоненти (учасники виставкових заходів), що стали на інноваційний шлях розвитку, повинні функціонувати відповідно до п'яти основних принципів: 1) *адаптивності* – прагненню до підтримання певного балансу зовнішніх і внутрішніх можливостей розвитку; 2) *динамічності* – динамічному проведенню цілей і спонукальних мотивів діяльності підприємства; 3) *самоорганізації* – самопідтримці обміну ресурсами між елементами виробничо-збутової системи підприємства; 4) *саморегуляції* – коригуванню системи управління виробничо-збутовою діяльністю підприємства; 5) *саморозвитку* – самостійному забезпеченню умов тривалого виживання і розвитку підприємства.

В умовах ринку підприємствам-експонентам необхідно орієнтуватися на свою діяльність і задоволення потреб та запитів споживачів, вирішувати питання пошуку і реалізації існуючих та перспективних ринкових можливостей інноваційного розвитку. Відповідно організаційно-економічний механізм підприємства має функціонувати в тісній взаємодії з ринковими і регулюючими механізмами. На рис. 2 представлена циклічна модель перетворення продукції на товар.



Рис. 2 Циклічна модель перетворення інноваційної продукції на товар

Необхідність концентрації зусиль вітчизняних підприємств-експонентів щодо освоєння нових виробів і послуг (новацій) пояснюється реально існуючим спадом виробництва традиційних товарів. При цьому багато видів продукції не користуються попитом за власної неконкурентоспроможності. Єдиний вихід це – орієнтація підприємств на випуск нової продукції, де для подолання кризи повинні використовуватись такі механізми: відмова від випуску неконкурентоспроможної продукції, періодичність прийняття участі у виставкових заходах і посилення активності пошуку нових потенційних споживачів. Виставкова діяльність сприяє оптимізації інноваційних процесів промислових підприємств, що спонукає до: зниження міграції науковців; розширення джерел фінансування (спонсори, партнери, меценати); інноваційної спрямованості підприємств (розвиток інноваційної культури); співробітництва та обміну досвідом з іноземними підприємствами; активізації діяльності технопарків та ін.

### Література

1. Корпоративні структури в національній інноваційній системі України /За ред. д-ра екон. наук Л. І. Федулової. – К. : Укр ІНТЕІ, 2007. – 812 с.
2. Давідов М. В. Шляхи організаційно-фінансового забезпечення інноваційного процесу на підприємствах України / М. В. Давідов // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 4. – С. 130–134.