

## ВИЗНАЧЕННЯ РІВНЯ ГОТОВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ДО ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Н. Г. СЕЙСЕБАЄВА, кандидат економічних наук  
(Запорізький національний університет)

**Анотація.** *Методологія дослідження управлінських інновацій визначається контекстом міждисциплінарної наукової парадигми, яка формується внаслідок синтезу даних різноманітних соціальних наук, філософської методології та розуміння завдань дослідження і їх соціального та когнітивного контексту. Парадигму можна цілеспрямовано культивувати, хоча, загалом, процес її становлення є стохастичним результатом розвитку суспільства та впливу цього результату на систему інноваційного управління. Стосовно загального характеру парадигми інноваційного управління в Україні точаться дискусії. Найбільш відомими науковими працями з цих питань є дослідження таких авторів, як О. С. Кудій, Т. І. Кужда, М. П. Галуцук. Саме тому метою статті є визначення методологічних підходів до дослідження інновацій в управлінській діяльності, визначення рівня інноваційної активності підприємств і рівня їх готовності до інноваційного розвитку.*

**Ключові слова:** *управління, інноваційний розвиток, парадигма, методологія, концепція.*

Загалом, методологія дослідження управлінських інновацій визначається контекстом міждисциплінарної наукової парадигми, яка формується внаслідок синтезу даних різноманітних соціальних наук, філософської методології та розуміння завдань дослідження і їх соціального та когнітивного контексту. Відповідно, методології є досить різноманітними з історико-генезисного боку та як складові сучасного управлінського знання. Питання оптимізації інноваційного управління є перманентно актуальним. На кожному етапі розвитку проблему вдосконалення розуміють по-новому та намагаються вирішувати відповідно до оновлених науково-еволюційних засад. Встановлення функцій відповідності еволюційних потреб держави та суспільства потребам оптимізації системи управління має ґрунтуватися на одній із сучасних парадигм еволюції, методологічному та логіко-понятійному апараті певної науки, в якій проблеми оптимізації розглядаються наочно. Оптимізація управління за певними визначеними критеріями є органічною частиною науки й практики управління. Системні соціальні характеристики інноваційного управління, які визначають його теоретико-методологічні

основи, узагальнюються в понятті управлінської парадигми. Управлінська парадигма – це система концепцій, методологій і методів, що створюють прийняту в конкретній соціально-економічній системі модель постановки і розв’язання проблем управління.

Парадигму можна цілеспрямовано культивувати, хоча, загалом, процес її становлення є стохастичним результатом розвитку суспільства та впливу цього результату на систему інноваційного управління. Стосовно загального характеру парадигми інноваційного управління в Україні точаться дискусії, проте більшість дослідників вважають, що її потрібно визначати через поступову заміну адміністрування впровадження інновацій самоврядними засадами ефективної інноваційної діяльності. Відтак, поширення набуває поняття «сучасна парадигма інноваційного розвитку підприємств», у межах якої формуються теоретико-прикладні засади управління сучасним інноваційним підприємством. Разом із тим поширюється і термін «інноваційна парадигма державного управління», оскільки «інноваційне управління – найважливіший механізм реалізації інновацій, оновлення всіх сфер суспільства» [1].

Становлення інноваційної парадигми державного управління пов'язане із розв'язанням цілої низки методологічних проблем у межах теорії управління підприємствами машинобудування, до яких передусім доцільно зарахувати:

- формування відповідного категоріального апарату системного характеру [2, с. 9];
- перетворення державного управління в соціоінженерну науку, у державний менеджмент, що забезпечує трансформацію теорії в інноваційні моделі та проекти;
- розширення міждисциплінарного характеру державного управління із залученням ефективних методологій і методів з інших наук;
- зміцнення філософсько-методологічних засад завдяки узгодженню інноваційної методології з методологією обґрунтування постсоціальних практик.

Реально будь-яке сучасне теоретичне дослідження управлінських інновацій методологічно є полі- чи метапарадигмальним, ґрунтується на кількох наукових парадигмах, що використовуються або як рівноправний синтез методологій, або як об'єднання методологій на основі синтезованої метапарадигмальної конструкції. Особливістю методології є також необхідність поєднання підходів багатьох шкіл управлінської думки. При цьому управлінські інновації спираються як на теоретичні концепції, так і на різні наукові підходи і практичні прийоми. Це пояснюється високою складністю і низькою детермінованістю об'єкта управління в умовах швидкоплинних і різновекторних змін. Проте при величезному різноманітті «інструментальних» методологій і концептуальних основ усе-таки доцільно виокремити кілька фундаментальних методологічних підходів, які визначають загальний характер, проблемне поле, евристичний потенціал досліджень управлінських інновацій у сучасній науці.

Найпоширенішим методологічним підходом до дослідження інновацій у сфері управлінської діяльності є її інтерпретація в контексті економічного розвитку. У межах найпопулярнішої в сучасних умовах нової інституційної економіки, розробленої відомим фахівцем Д. Нортеном, трансформаційні процеси в

будь-яких сферах соціального управління розглядаються як вирішальний аспект економічного зростання. Вказана методологія обґрунтовує як вирішальний фактор соціально-економічного розвитку витрати суспільства на створення й підтримку нормативних основ свого існування. У зв'язку з цим Д. Нортон вказує: «Багато учасників економіки не виробляють нічого з того, що споживають люди. Однак чиновники, менеджери і політики... беруть участь у трансакційних угодах, що становлять значну частину операцій економічної системи» [3, с. 89].

Мінімізація цих трансакційних витрат на машинобудівних підприємствах є основою економічного зростання і соціального розвитку. Логічно, що управлінські інновації з методологічного боку розглядаються як системний детермінуючий чинник соціально-економічного розвитку відповідно до цивілізаційних стандартів, характерних для сучасного інноваційного суспільства. Вказана методологія орієнтована на дослідження управлінських інновацій під кутом зору економічних категорій ефективності, показників технологічного устрою, раціонального використання ресурсів.

Усе більше поширюється синергетична методологія дослідження управлінських інновацій, передусім у контексті становлення постсучасних соціальних і управлінських практик. Синергетична методологія демонструє свою ефективність для дослідження процесів маргінальних і особливо системних змін в умовах наростання багатомірності держави й суспільства, необхідності еволюції в єдності різноманітних соціальних і управлінських систем, невизначеності майбутнього тощо. Особливо важливо те, що синергетична методологія дозволяє визначити ті напрями розвитку інноваційного управління, які є безвихідними (метод звуження шляхів пошуку), отже, забезпечує високу ефективність застосування теоретико-методологічного інструментарію формування проблемного поля і напрямів дослідження. Обґрунтовані в межах синергетичної методології дослідження інновацій на машинобудівних підприємствах позиції дають можливість дійти також висновку про те, що вона адекват-

на для розробки концепцій управління дією дисипативних сил (збільшення кількості та якості контактів задля забезпечення ефективності інноваційної діяльності).

У цьому контексті синергетика як методологія дослідження управлінських інновацій є незамінною при аналізі мережно-поліархічних компонентів інноваційного управління, процесів децентралізації, диверсифікації управлінської діяльності, а також системних процесів маркетингу інноваційного управління та його інтеграції в загальноцивілізаційний процес інноваційної революції і глобалізації. О. С. Кудей [4], Т. І. Кужда, М. П. Галушак, А. О. Оксентюк [5] також вказують на продуктивність синтезу синергетичної методології з уже традиційними засадами дослідження управлінських інновацій – структурно-функціональним аналізом, менеджментною парадигмою, системним підходом. Високу ефек-

тивність забезпечує методологія поєднання синергетичного синтезу та стратегічного прогнозування ефективності інноваційної діяльності на підприємствах машинобудування.

У межах системного підходу інновації в управлінні досліджуються як складна багаторівнева система, тобто об'єкт, що має складну внутрішню будову, численні складові частини й елементи, які взаємодіють між собою і з навколишнім середовищем.

Дослідження управлінських інновацій доцільно забезпечувати через визначення взаємозв'язків і перетин проблемного поля теорії інноваційного управління та інноваційного менеджменту, у межах якої здійснюється розробка теоретико-методологічних засад інновацій. Саме інноваційний менеджмент на методологічному рівні обґрунтовує використання методології дослідження інновацій в управлінні діяльністю підприємств.



Рис. 1. Визначення рівня готовності підприємств до інноваційного розвитку

Інноваційний менеджмент обґрунтовує і цілу низку найважливіших із методологічного боку підходів до дослідження інноваційного процесу в системі інноваційного управління. Це системний, маркетинговий, життєвоциклічний і проектний підходи, певною мірою –

поведінковий і соціально-психологічний підходи. Вони виявляють головні закономірності розвитку інноваційної діяльності у сфері управлінської діяльності та формують особливий тип інноваційного управління на підприємствах машинобудування.

Результати численних досліджень підтверджують той факт, що підприємства, в яких активно займаються інноваційною діяльністю, отримують більш високі доходи і швидше ростуть. У висококонкурентних секторах економіки підприємств для виживання і росту бізнесу вимушені шукати найкращий спосіб задоволення запитів клієнтів, виводячи на ринок продукти, які створюють нову цінність у наявних і нових покупців. Цінність визначається якістю і унікальністю продукту або послуги, мірою задоволеності споживача і застосовності до розв'язання проблем споживача. Мета інновації пов'язана зі створенням нової цінності. Інновації стають ключовим чинником росту, прибутковості та конкурентоспроможності бізнесу.

Інноваційну активність прийнято оцінювати за допомогою коефіцієнта:

$$K_{\text{акт(дин)}} = \frac{N_{\text{нов}} - N_{\text{стар}}}{\Delta t_{\text{кон}}} = \frac{\Delta N}{\Delta t_{\text{кон}}}, \quad (1)$$

де  $K_{\text{акт(дин)}}$  – динамічний коефіцієнт інноваційної активності суб'єкта;

$N_{\text{нов}}$  – новий стан вимірюваної характеристики товару, технології або системи управління суб'єкта;

$N_{\text{стар}}$  – стан характеристики до її зміни;

$\Delta t_{\text{кон}}$  – конкурентоспроможний час.

Матриця порівняльної оцінки інноваційної активності підприємства та інноваційних запитів ринку (табл. 1):

$\Delta N_p$  – інновації, яких вимагає ринок;

$\Delta N_o$  – інновації, які може створити підприємство;

$\Delta t_p$  – конкурентоспроможний час реалізації інновацій, що диктує ринок;

$\Delta t_o$  – час, за який підприємство здатне створити потрібну ринку інновацію.

Таблиця 1

**Матриця порівняльної оцінки інноваційної активності підприємства та інноваційних запитів ринку**

	$\Delta N_p > \Delta N_o$	$\Delta N_p = \Delta N_o$	$\Delta N_p < \Delta N_o$	$\Delta N_p \ll \Delta N_o$
$\Delta t_p > \Delta t_o$	Створення інноваційної продукції неможливе (1)	Створення інноваційної продукції економічно не виправдане (2)		
$\Delta t_p = \Delta t_o$		На створення інноваційної продукції потрібні додаткові витрати на рекламну компанію, оскільки проходить на грані невиконання умов своєчасного випуску інноваційної продукції (3)	Створення інноваційної продукції економічно небезпечне (4)	
$\Delta t_p < \Delta t_o$		Створення інноваційної продукції економічно доцільне (5)		Створення інноваційної продукції небезпечне, але ринково перспективне (6)
$\Delta t_p \ll \Delta t_o$		Створення інноваційної продукції з позицій ринкової кон'юнктури економічно недоцільне (7)	Створення інноваційної продукції економічно небезпечне (8)	Створення інноваційної продукції з позицій ринкової кон'юнктури економічно недоцільне (9)

Розглянемо ситуації з описаної вище матриці:

1) підприємство не може надати ринку необхідні інновації, тобто створити інноваційний продукт неможливо;

2) підприємство здатне створити інноваційний продукт, але не в змозі конкурувати з ринком за критерієм часу створення продукту, оскільки створення інноваційного продукту економічно не виправдане;

3) створюваний підприємством інноваційний продукт аналогічний усередненій пропозиції ринку, тому потрібні додаткові витрати на рекламну кампанію для привертання уваги до продукту;

4) створення «занадто» інноваційного продукту, який може не бути сприйнятий ринком або скопійований і поліпшений конкурентами;

5) найбільш сприятлива ситуація для створення інноваційного продукту, коли час створення продукту перевищує ринкову вартість, а інноваційність продукту більша або дорівнює середньоринковій;

6) створення «занадто» інноваційного продукту, який ринок може і не сприйняти або його можуть скопіювати і поліпшити конкуренти. При цьому продукт має потенціал до створення нового ринку;

7) створення продукту, який можуть легко скопіювати або поліпшити конкуренти;

8) створення інноваційного продукту, який може і не сприйняти ринок;

9) створення «занадто» інноваційного продукту, який може не сприйняти ринок.

З погляду інноваційної активності будь-яке підприємство можна представити у вигляді сукупності трьох елементів: (1) персоналу, (2) менеджменту і структури управління та (3) внутрішнього середовища. Елементи інноваційності підприємства по-різному впливають на коефіцієнт інноваційної активності: внутрішнє середовище впливає на якийсь час, персонал – на кількість новизни, а менеджмент – на обидва параметри.

## ЛІТЕРАТУРА

- Ганущак-Єфіменко Л. М. Концептуальні основи управління розвитком інноваційно-активних підприємств [Електронний ресурс] / Л. М. Ганущак-Єфіменко // Аграрний вісник Причорномор'я. Серія: Економічні науки. – 2010. – Вип. 53. – Режим доступу: [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/chem\\_biol/avpch/En/2010\\_53/Ganushch.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/chem_biol/avpch/En/2010_53/Ganushch.pdf). – Назва з екрана.  
  
Hanushchak-Iefimenko L. M. Kontseptualni osnovy upravlinnia rozvytkom innovatsiino-aktyvnykh pidpriemstv [Elektronnyi resurs] / L. M. Hanushchak-Iefimenko // Ahrarnyi visnyk Prychornomor'ia. Serii: Ekonomichni nauky. – 2010. – Vyp. 53. – Rezhym dostupu: [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/chem\\_biol/avpch/En/2010\\_53/Ganushch.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/chem_biol/avpch/En/2010_53/Ganushch.pdf). – Nazva z ekrana.
- Деділова Т. В. Стратегічне управління інноваційною діяльністю промислових підприємств України : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.02.02 «Економіка та управління науково-технічним прогресом» / Т. В. Деділова. – Харків, 2006. – 20 с.  
  
Dedilova T. V. Stratehichne upravlinnia innovatsiinoiu diialnistiu promyslovykh pidpriemstv Ukrainy : avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia kand. ekon. nauk : spets. 08.02.02 «Ekonomika ta upravlinnia nauko-vo-tekhnichnym prohresom» / T. V. Dedilova. – Kharkiv, 2006. – 20 s.
- Каплан Р. С. Организация, ориентированная на стратегию / Каплан Роберт С., Нортон Девид П. ; пер. с англ. М. Павлова. – Москва : Олимп-Бизнес, 2004. – 416 с.  
  
Kaplan R. S. Organizatsiya, oriyentirovannaya na strategiyu / Kaplan Robert S., Norton David P. ; per. s angl. M. Pavlova. – Moskva : Olimp-Biznes, 2004. – 416 s.
- Кудей О. С. Інноваційний розвиток підприємства: принципи оцінювання і регулювання / О. С. Кудей // Управління розвитком. – 2012. – № 15 (136). – С. 9–10.  
  
Kudei O. S. Innovatsiyni rozvytok pidpriemstva: pryntsypy otsiniuvannia i rehuliuвання / O. S. Kudei // Upravlinnia rozvytkom. – 2012. – № 15 (136). – S. 9–10.
- Кужда Т. І. Сутність та значення соціально-економічного оцінювання та планування інноваційного розвитку машинобудівних підприємств / Т. І. Кужда, М. П. Галушак, А. О. Оксентюк // Галицький економічний вісник. – 2008. – № 3 (18). – С. 59–66.  
  
Kuzhda T. I. Sutnist ta znachennia sotsialno-ekonomichnoho otsiniuvannia ta planuvannia innovatsiinoho rozvytku mashynobudivnykh pidpriemstv / T. I. Kuzhda, M. P. Halushchak, A. O. Oksentiuk // Halytskyi ekonomichniy visnyk. – 2008. – № 3 (18). – S. 59–66.

**Н. Г. Сейсебаева**, кандидат экономических наук (Запорожский национальный университет). **Определение уровня готовности предприятия к инновационному развитию.**

**Аннотация.** Методология исследования управленческих инноваций определяется контекстом междисциплинарной научной парадигмы, которая формируется в результате синтеза данных различных социальных наук, философской методологии и понимания задач исследования и их социального и когнитивного контекста. Парадигму можно целенаправленно культивировать, хотя в целом процесс ее становления является стохастическим результатом развития общества и влияния этого результата на систему инновационного управления. Относительно общей парадигмы инновационного управления в Украине идут дискуссии. Наиболее известными научными трудами по этим вопросам является исследование таких авторов, как А. С. Кудий, Т. И. Кужда, М. П. Галушчак. Именно поэтому целью статьи является определение методологических подходов к исследованию инноваций в управленческой деятельности, определение уровня инновационной активности предприятий и уровня их готовности к инновационному развитию.

**Ключевые слова:** управление, инновационное развитие, парадигма, методология, концепция.

**N. Seysebaeva**, Cand. Econ. Sci. (Zaporozhyia National University). **Определение уровня готовности предприятия к инновационному развитию.**

**Summary.** The research methodology of managerial innovations determined by the context of interdisciplinary scientific paradigm, which is formed as a result of synthesis of data from different social sciences, philosophy and methodology of the study and understanding of the problems of their social and cognitive context. Paradigm can be purposefully cultivated, although in general the process of its formation is a stochastic result of development of society and the impact of this result of the system of innovation management in Ukraine there are discussions. The best – known works in this regard are – the study authors such as Kudiy A., Kuzda T., Galushchak M. That is why the purpose of the article is to define the methodological approaches for the study of innovation in management, the definition of the level of innovation activity enterprise and their level of readiness for innovative development.

**Keywords:** management, innovative, development, the paradigm, the methodology, the concept to.