

# ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНА ПОЛІТИКА

С.В. ПРОХОРЧУК,

к.е.н., доцент, Міжнародний університет бізнесу і права

## Інновації як інструмент досягнення стратегічних цілей підприємств в умовах глобалізації

На сучасному етапі трансформації національної економіки важливим є пріоритетність стратегічного курсу на інноваційний розвиток. Автором досліджено інновації як інструмент досягнення стратегічних цілей підприємствами з визначенням їхніх основних характеристик.

**Ключові слова:** інновації, інноваційний розвиток, унікальна і релевантна стратегія, глобалізація.

С.В. ПРОХОРЧУК,

к.э.н., доцент, Международный университет бизнеса и права

## Инновации как инструмент достижения стратегических целей предприятий в условиях глобализации

На современном этапе трансформации национальной экономики важна приоритетность стратегического курса на инновационное развитие. Автором исследованы инновации как инструмент достижения стратегических целей предприятиями с определением их основных характеристик.

**Ключевые слова:** инновации, инновационное развитие, уникальная и релевантная стратегия, глобализация.

At the present stage of transformation of the national economy is an important priority strategic course for innovative development. The author studied innovation as a means to achieve the strategic objectives of the enterprise with the definition of their main characteristics.

**Keywords:** innovations, innovative development, unique and relevant strategy, globalization.

**Постановка проблеми.** Для успішної інноваційного підприємства запустити інноваційний проект чи помістити слово «інноваційне» у слоган – недостатньо. Крім того, будь-який фокус на інновації як самоціль є шкідливим для бізнесу. Інновація є лише інструментом, який дає можливість компанії досягти своїх стратегічних цілей.

Детальне вивчення економічних джерел свідчить, що проблема визначення основних принципів інноваційності підприємства існує і потребує більш ретельного вивчення.

**Аналіз досліджень та публікацій з проблеми.** Велике значення з точки зору обґрунтування загальнотеоретичних засад й сутності та ролі інновацій в економіці підприємств мали праці вітчизняних та зарубіжних вчених, таких як В. Вашкелевича, І.О. Галиці, Д.Є. Козенкова, К.М. Соломенко, Л.І. Федулової, З.Є. Шершньова, Е.П. Якубова, Й. Шумпетера,

П. Друкера, Б. Санто, Б. Твісс та інших. Все ж питання щодо визначення сучасних інструментів досягнення стратегічних цілей підприємств залишаються не вирішеними та потребують подальшого дослідження.

**Мета статті** полягає у дослідженні інновацій як інструменту досягнення стратегічних цілей підприємствами з визначенням основних їх характеристик.

**Виклад основного матеріалу.** Агресивність глобального конкурентного середовища та невтішні реалії української економіки вимагають від вітчизняних підприємств їх інноваційного розвитку. При цьому стан сучасної господарської інноватики є критичним, негативні тенденції якої посилюються відсутністю дієвої підтримки інноваційної діяльності та низьким внутрішньоорганізаційним ресурсним забезпеченням. Проте необхідно більш детально визначити характерні риси інноваційно-

го підприємства, адже інновація є лише інструментом, який дає можливість компанії досягати своїх стратегічних цілей [1].

Аналіз економічних джерел та систематизація отриманих результатів дозволили окреслити основні складові та характеристики інноваційного підприємства (див. рис.) [2, 3].

Вважаємо, що за умови притаманності вказаних основних складових та характеристик підприємство можна вважати інноваційним.

1. Унікальна і релевантна стратегія. Найвиразнішою характеристикою інноваційної компанії є її стратегія. Всі знають, чим займаються такі корпорації, як Apple, Facebook чи Google. І це тому, що вони роблять власні стратегії максимально конкретними і їх дотримуються. Менша за розміром, однак інноваційна компанія, можливо, і не стане гравцем глобального масштабу, однак її лідери, співробітники, бізнес-партнери і клієнти мають чітке розуміння стратегії. Розмиті стратегії, такі як «бути найкращою компанією», не сприяють інноваційному розвитку у порівнянні з постановкою конкретних цілей, наприклад «бути першими в сегменті мобільних комунікаційних технологій» чи «побудувати найбезпечніший у світі автомобіль» [2].

2. Інновація як засіб досягнення стратегічних цілей. Високо інноваційні компанії не роблять інноваційність самоціллю, а скоріше розглядають її як засіб для досягнення власних цілей. Так само як камера є пристроєм, що дає можливість фотографувати знімки, як пила є інструментом теслі, інновація є інструментом для далекоглядних компаній, які мають намір втілити стратегічні цілі в життя. Якщо продивитись сайти найбільш відомих глобальних інноваційних компаній, можна помітити, що там не так багато інформації про деталі інновацій, а скоріше розписане загальне корпоративне бачення.

3. Інноватори є лідерами. Ринкове лідерство – це те, чому інновація сприяє найбільше. Коли компанії впроваджують нововведення для досягнення стратегічних цілей, вони автоматично вступають у ринкові конкурентні відносини. На жаль, конкуренція необов'язково означає успіх компанії чи її прибутковість. Amazon з самого початку був інноватором, встановивши стандарти електронної комерції. Тим не менш йому знадобилося багато років, аби стати прибутковим. Ford була однією з найбільших світових інноваційних автокомпаній, запустивши такі видатні інновації, як передньопривідні автомобілі чи виїзні фари у 1920–ті і 1930–ті роки. Однак ця компанія ніколи не виграла у фінансовому плані, і тому

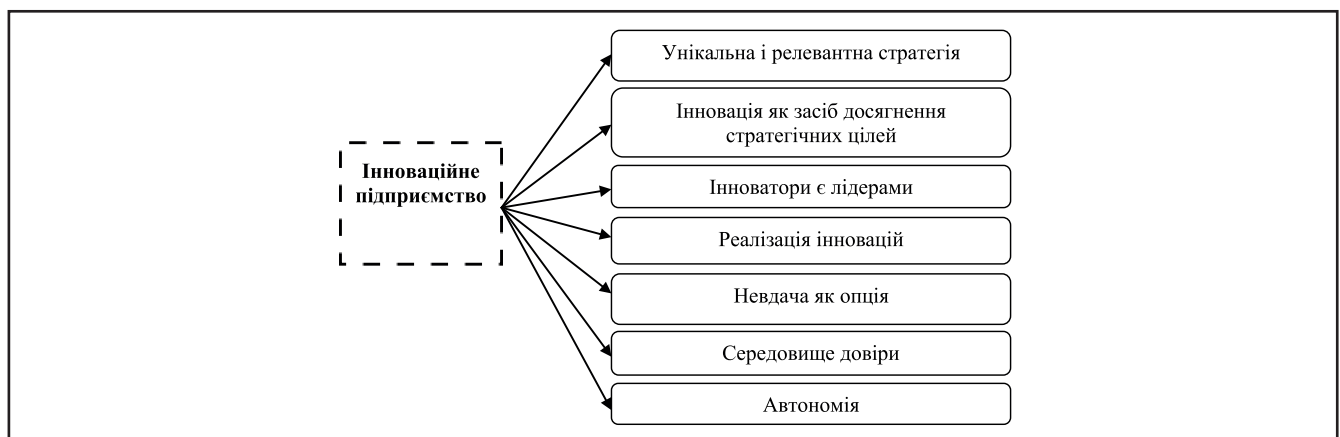
в 1938 році відійшла від бізнесу. З іншого боку, такі інноватори, як Apple чи Google, стали фінансово успішними в результаті реалізації інновацій. Отже, без сумніву, інноватори є лідерами, проте не завжди прибутковими лідерами [3].

4. Реалізація інновацій. Підприємства охоче наймають творчих працівників, сповнених різноманітних ідей. Деякі з цих ідей відповідають потребам компанії. Однак істотною відмінністю, що вирізняє інноваторів від тих, хто прикидається інноваторами, є те, що перші реалізують власні ідеї. Компанії з меншим інноваційним потенціалом більше обговорюють зміст нововведення, аніж втілюють його у життя.

5. Невдача як опція. Найбільш критичним елементом бізнес-культури в інноваційній компанії є надання співробітникам свободи і стимулювання їхніх невдач. Якщо працівники знають, що вони можуть помилятися без загрози звільнення, вони стають готовими до ризиків, інноваційних проєктів, які обіцяють величезні потенційні вигоди для організації. З іншого боку, якщо працівники вважатимуть, що участь у невдалому проєкті веде за собою негативні наслідки для кар'єри, вони уникатимуть ризику – а отже й інновацій.

Якщо менеджери заохочуватимуть до ранніх невдач, то працівники матимуть набагато більше мотивації для регулярної оцінки проєктів і закриття тих, які з самого початку були збитковими – поки витрати на них не сягнуть критичного рівня. Це автоматично звільняє ресурси і бюджет для нових інноваційних проєктів. На противагу на підприємствах, де невдачі неприпустимі, працівники часто тримаються за провальні проєкти, інвестуючи все більше ресурсів у свої невинуваті сподівання на те, що проєкт колись стане успішним. А коли цього не трапляється, втрати є великими і репутація працівника руйнується. В результаті компанії, які допускають невдачі, рідше їх зазнають, аніж ті, хто цим невдачам перешкоджає [4].

6. Середовище довіри. Інноваційна компанія створює для співробітників середовище довіри. Ризик завжди присутній в інноваціях, а творчі ідеї часто спочатку звучать безглуздо. Якщо співробітники потерпають від глузувань над нестандартними ідеями, вони ніколи не ділитимуться цими ідеями з іншими. Якщо співробітники не довірятимуть іншим, то почнуть пліткувати за спинами інших. Якщо вони переживатимуть, що менеджери здатні вкрасти їхні ідеї і видати за свої, то не ділитимуться ідеями. На противагу – якщо працівники знатимуть, що можуть ризикувати без остраху, що їхні не-



**Основні складові та характеристики інноваційності підприємства**

Авторська розробка.

звичні ідеї вітатимуться, що менеджери відстоюватимуть їхні інтереси і хвалитимуть за ідеї, то будуть креативними, втілюватимуть свої ідеї у життя і підвищуватимуть загальний рівень інноваційності компанії. Загалом, творчість і інновації процвітатимуть, якщо люди всередині організації довірятимуть як один одному, так і організації в цілому.

7. Автономія. Поряд з довірою індивідуальна і колективна автономія є важливими компонентами інновацій. Якщо ви даєте людям чи команді чіткі завдання разом зі свободою обирати шлях для досягнення поставлених завдань, ви створюєте благодатний ґрунт для інновацій.

Автономія працівників, безумовно, означає, що вони мають право помилятися. Але якщо керівник стежить за своїм підлеглим і керує кожним його кроком, то він перешкоджає творчості та індивідуальності, що так необхідні для інновацій. В такому разі існує загроза, що працівник обере неефективний маршрут для досягнення цілі.

Впровадження індивідуальної чи колективної автономії у найгіршому випадку передбачає, що працівник вчитиметься на власних помилках. В кращому ж – він винайде нові шляхи виконання завдань. І що важливо, якщо ви наймете розумних, вправних, творчих людей і дасте їм свободу у вирішенні проблем, вони не просто впоратимуться із завданнями, а й у цілому допоможуть процвітанню інновацій у компанії.

### Висновки

Підводячи підсумки, можна із впевненістю сказати, що не існує конкретної моделі складових інноваційності підприємства.

Дослідження підтверджують, що кожне підприємство використовує свої інструменти сприяння інноваційній діяльності.

Перехід вітчизняних підприємств на інноваційний розвиток тісно пов'язаний з проблемою управління вибором стратегій реалізації їх інноваційного потенціалу як головної передумови розвитку, раціональних з погляду зовнішніх і внутрішніх умов на основі творчого використання новітніх наукових досягнень, вітчизняного та зарубіжного досвіду, що буде результативними висновками наступної наукової публікації.

### Список використаних джерел

1. Гриньов А.В. Інноваційний розвиток промислових підприємств: концепція, методологія, стратегічне управління [текст] / А.В. Гриньов. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2003. – 305 с.

2. Jeffrey Baumgartner. The Seven Essential Characteristics of Innovative Companies. [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: Ошибка! Недопустимый объект гиперссылки.blog/2013/03/18/the-seven-essential-characteristics-of-innovative-companies/

3. Овсянюк-Бердадіна О. Ф. Інноваційний розвиток вітчизняних підприємств: реалії та інструменти забезпечення [Текст] / О.Ф. Овсянюк-Бердадіна // Економічний аналіз: зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол.: В.А. Дерій (голов. ред.) та ін. – Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2015. – Том 19. – №2. – С. 117–121.

4. Хомутский Д.Ю. Управление инновациями в компании [текст] / Д.Ю. Хомутский. – М.: Солон-Пресс, 2008. – 169 с. – ISBN 978-5-91359-031-2

О.В. БИЛЕЦЬКИЙ,

здобувач, Донецький національний університет (Вінниця)

## Стратегічні засади формування та використання людського капіталу в інноваційній економіці

Статтю присвячено науково-методологічному обґрунтуванню стратегічних засад формування та використання людського капіталу в інноваційній економіці. Стратегію формування і використання людського капіталу в умовах інноваційної економіки визначено як напрям спільних дій економічних суб'єктів щодо надання людському капіталу якостей, здатних продукувати інновації, та створення соціально-економічних, організаційних та правових умов задля максимально можливої реалізації зазначених якостей. Розроблено концептуальну схему стратегічного управління формуванням та використанням людського капіталу в умовах інноваційної економіки.

**Ключові слова:** людський капітал, інноваційна економіка, стратегія, формування людського капіталу, використання людського капіталу, стратегія формування і використання людського капіталу в умовах інноваційної економіки.

А.В. БИЛЕЦЬКИЙ,

соискатель, Донецький национальный университет (Винница)

## Стратегические основы формирования и использования человеческого капитала в инновационной экономике

Статья посвящена научно-методологическому обоснованию стратегических принципов формирования и использования человеческого капитала в инновационной экономике. Стратегия формирования и использования человеческого капитала в условиях инновационной экономики определена как направление совместных действий экономических субъектов относительно формирования качеств человеческого капитала, способных продуцировать инновации, и создания социально-экономических, организационных и правовых условий для максимально возможной реализации отмеченных качеств. Разработана концептуальная схема стратегического управления формированием и использованием человеческого капитала в условиях инновационной экономики.

**Ключевые слова:** человеческий капитал, инновационная экономика, стратегия, формирование человеческого капитала, использование человеческого капитала, стратегия формирования и использования человеческого капитала в условиях инновационной экономики.