

*А. А. Жигір,*  
*к. е. н., доцент кафедри економічної кібернетики і фінансів,*  
*Бердянський державний педагогічний університет, м. Бердянськ*

# ЗНАЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СКЛАДОВОЇ, ЯК ЕКОНОМІЧНОГО РЕСУРСУ ПРИ АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

A. Zhigir,  
Ph.D., Associate Professor of Economic Cybernetics and Finance Department Berdyansk State Pedagogical University

## IMPORTANCE OF INFORMATION COMPONENT AS AN ECONOMIC RESOURCE IN ACTIVATING INNOVATIVE PROCESSES

---

***Обмін інформацією та інші види інформаційної активності є основою реалізації інноваційних процесів. Подальше удосконалення інформаційного простору щодо забезпечення розвитку підприємництва, дозволяє досягти зростання ефективності виробництва на основі більш повного використання людських, фінансових і матеріальних ресурсів.***

***Information exchange and other informational activities are the basis of the innovative processes implementation. Further improvement of information environment for providing enterprise development allows to achieve increase production efficiency through better use of human, financial and material resources.***

---

*Ключові слова: управлінські рішення, інформація, інноваційна економіка, методи управління, активізація інноваційних процесів.*

*Key words: management decisions, information, innovative economy, methods of management, activation of innovative processes.*

### ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Процеси прийняття управлінських рішень мають місце, як правило, в складних динамічних виробничо-економічних системах. Кожне рішення стосується як техніко-економічних, так і соціально-психологічних аспектів функціонування виробничо-економічної сфери та її окремих елементів. Спільний вплив і обумовленість перерахованих процесів формує головну особливість сучасного виробництва. Зростаючий рівень складності виробництва, різноманітні наслідки рішень, які приймаються керівниками, зумовлюють зниження адекватності класичних моделей прийняття рішень в сучасних умовах. У зв'язку з цим, виникає необхідність створення імітаційних моделей і розробки відповідних систем підтримки прийняття управлінських рішень (СППР), які можна використовувати у виробничо-технологічних, економічних і соціально-психологічних процесах.

Тобто, виникає потреба у створенні єдиної системи моделей, яка дозволяла б здійснювати синтез різних наукових дисциплін, які забезпечать цілісне відображення про-

BLEMНИХ СИТУАЦІЙ В ПРОЦЕСІ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ. Становлення інноваційної економіки пов'язано з переходом на новий рівень організації і розвитку підприємництва, що підпорядковується загальнонауковим законам розвитку економіки. Одним з видимих проявів цих законів є ускладнення структури інформаційного середовища як невід'ємного елементу господарської системи. Ефективність управління розвитком підприємства суттєво залежить від інформаційного забезпечення шляхом визначення внутрішніх і зовнішніх інформаційних потоків, їхню подальшу оптимізацію, організацію внутрішньо корпоративної системи інформаційного забезпечення, що відповідає сучасним вимогам. Тому інформація, будучи ендегенним фактором людської діяльності, формує як суспільство в цілому, так й інноваційну економіку.

Обмін інформацією та інші види інформаційної активності, є основою реалізації інноваційних процесів. Подальше удосконалення інформаційного простору щодо забезпечення розвитку підприємництва, дозволяє досягти зрос-

тання ефективності виробництва на основі більш повного використання людських, фінансових і матеріальних ресурсів.

Крім того, розглядаючи життєдіяльність будь-якої функціональної системи, в том числі й інноваційної, можна сказати, що її розвиток базується на внутрішньому єднанні трьох складових: 1) мети; 2) системи управління; 3) інформаційного забезпечення. Серед цих складових саме інформація дозволяє розробляти необхідну політику управління в системі. А тому без налагодженої системи інформаційного забезпечення інноваційних процесів неможливе нормальне функціонування інноваційної системи. Саме ці аспекти і зумовлюють актуальність дослідження.

## АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Останнім часом в економічній літературі, наукових дослідженнях і публікаціях велику увагу приділяють питанням значення інформації при активізації інноваційних процесів. Цьому питанню присвячено багато праць таких вчених, як Скидан О.В, Кане М.М., Іванов Б.В., Баззел Р. та інші. Однак, незважаючи на достатню кількість теоретичного матеріалу на цю тему, на практиці це питання розкрито недостатньо та потребує подальшого дослідження.

## МЕТА РОБОТИ

Метою дослідження є показати значимість інформаційної складової як економічного ресурсу при активізації інноваційних процесів, що дозволить досягти зростання ефективності виробництва на основі більш повного використання людських, фінансових і матеріальних ресурсів.

## ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Оскільки виділення інформації як особливого виробничого фактора тісно пов'язано з підвищеною актуальністю широкого впровадження результатів наукових досліджень в умовах НТП, то апіорі динаміка процесів інформатизації в основному визначається їх інноваційністю, ендегенною наявністю фактора науки у розширеному відтворенні, всезростаючою наукоємністю економічного прогресу. Інноваційні процеси, з одного боку, вимагають вихідної інформації, постійно її використовують, а з іншого — безперервно генерують нову інформацію.

В умовах інноваційного розвитку економіки інформація, знання і інтелект стають основним виробничим ресурсом, витісняючи технічні засоби, підвищуючи продуктивність за рахунок автоматизації основних виробничих процесів тощо. З їх допомогою постійно збільшуються обсяги виробництва продуктів, товарів, послуг та їх різноманіття. При цьому залог успішного і стабільного розвитку не стільки в кількості новітніх розробок, скільки у можливостях отримувати з них вигоду як для самих господарських суб'єктів, так і для країни в цілому. Чим більш удосконалений ринковий механізм передачі-залучення новітніх розробок, тим більш ефективний розподіл цього фактора виробництва у суспільстві й тим більша вигода.

Крім того, в інформаційному суспільстві ключове значення для великих підприємств має не просто розробка принципово нового виробу, а створення такого продукту чи послуги, які б дали початок формуванню нової галузі промисловості. Тільки в цьому випадку підприємство може розраховувати на оптимальний рівень виробничих витрат і зниження ризику.

Таким чином, одним з основних аспектів загальнодержавного значення інновацій є їх вирішальний вплив на макроекономічні показники. Інновації стають стратегічним фактором економічного росту, прогресивно впливають на структуру суспільного виробництва, змінюють економічну орга-

нізацію суспільства, а рівень розвитку інноваційних процесів детермінує конкурентоспроможність національної економіки і національну безпеку. При цьому процеси динамічного розвитку і швидкого оновлення наукового і технічного базису сучасного суспільства спричиняють зміну місця і ролі інформації у суспільно-відтворюючому процесі, а саме: в посиленні інформаційного фактора забезпечення конкурентоспроможності і, відповідно, розвитку сучасної економіки.

У функціонуванні інформації як економічного ресурсу особливе значення мають технічні і технологічні аспекти її використання і обігу в економіці. Саме розвиток інформаційно-комунікаційних технологій і комп'ютерної техніки відкрив нові можливості цілеспрямованого використання інформації і знань в економіці, виявили резерви прогресивного розвитку. Як і будь-який інший ресурс, інформація корисна тільки в тому випадку, якщо ми зможемо доставити її туди, де вона необхідна [1]. Розвиток технологій збору, обробки, накопичення і розповсюдження інформації, організації процесу комунікацій стимулювали появу і широке розповсюдження нових форм організації бізнесу в цілому і окремих бізнес-процесів. Віртуальні компанії, мережні організації, ТНК у своїй діяльності базуються на ефективній організації інформаційних відносин, створенні і накопиченні знань, баз даних, обміні знаннями, що дозволяють їм отримувати переваги в області інновацій, і, відповідно, забезпечувати високий рівень конкурентоспроможності.

Будь-які економічні процеси — це не тільки рух ресурсів і продуктів, а в першу чергу, інформаційні потоки, без яких неможливо суспільне відтворення. Інформаційна складова відтворення впливає не тільки на структуру капіталу, але і змінює виробничі і ринкові параметри продукції. Вона інтегрується практично із всіма економічними ресурсами (сировиною, енергією, трудом, фінансами, технологіями, управлінням тощо), корінним чином змінюючи їх властивості. Через це вона виступає не тільки як сукупність деяких даних, але і як складова частина ВВП.

З точки зору дослідження участі інформації в інноваційній діяльності та її впливу на інноваційні процеси, найбільш доцільним можна виділити таке визначення інформації: інформація — це засіб зниження невизначеності і ризику, що сприяє реалізації певних цілей суб'єкта. [2] В даному визначенні враховується можливість інформації приносити ті чи інші вигоди шляхом зниження невизначеності по відношенню до поточної ситуації та її зміни у майбутньому.

Розглядаючи поняття інформація, важливо торкнутися і таких понять, як знання і наука. Знання і наука як основні складові накопиченого інтелектуального капіталу безпосередньо пов'язані з інформацією. В даному випадку відібрана і професійна інформація — це і є знання і відомості, накопичені людством і, які використовуються в освітніх процесах і наукових дослідженнях. Крім того, суттєву роль в освітніх і наукових процесах відіграють інформаційні системи, що сприяють ефективному використанню накопичених знань. По суті, в сучасному світі важко визначитися, що є первинним: сама накопичена цінна інформація чи системи і технології її доставки споживачу, технології її обробки і зберігання.

Дифузія інформаційних технологій в усі сфери життєдіяльності людства викликала нову тенденцію — інтелектуалізацію, що є якісно новим напрямом розвитку даного сектора. Ця тенденція має найбільш підсилюючий ефект, оскільки не тільки розширює сфери впровадження, але й збільшує кількість користувачів. Цей напрям розвитку інформаційного сектора мінімізує витрати, пов'язані з впровадженням розроблених в ньому технологій.

Безсумнівно знання та інформація є важливими елементами усіх способів виробництва, оскільки виробничий

процес неможливий без певного рівня знань і обробки інформації. Однак специфічним для інноваційного способу виробництва є вплив інформації на саме знання як головне джерело продуктивності. Іноваційність економіки здебільшого орієнтується на технологічний розвиток, тобто передбачає нагромадження знань і більш високий рівень складності в обробці інформації, бо найвищий рівень знань зумовлює підвищений рівень випуску продукції на одиницю вкладень. Тому формування нового способу виробництва визначає значну роль інформації, яка стає пріоритетним фактором виробництва і є підґрунтям для створення інновацій.

Інформація, як і знання, є різновидами економічних благ. Інформація як економічне благо обертається в економіці як товар (інформаційні продукти, послуги), задовольняючи потреби індивідів, а також як ресурс, що використовується у процесі господарської діяльності. Інформаційні продукти і послуги обмінюються на інформаційному ринку і мають велику кількість особливостей як на стадіях розробки, виробництва, так і на етапі обігу. До інформаційних товарів і послуг відносять програмне забезпечення, бази даних, освітні послуги, консультування, результати НДДКР тощо.

У процесі створення інформаційних товарів основним засобом виробництва виступає інтелект, який являє собою здатність людини створювати нові знання. Отже, процес інформаційного виробництва є суб'єктивним, характерним проявом якого є відсутність суворої залежності між витратами і результатом виробництва нової інформації та знань. У цілому, результатом інтелектуальної діяльності є унікальний продукт, який приносить дохід його творцю у процесі тиражування (розповсюдження матеріальних носіїв із створеною інформацією) чи уречевлення в товарах, виробничих засобах, технологіях. Такий продукт можна трактувати як інноваційний.

Зрозуміло, що окремо взятий економічний суб'єкт вплинути на дію цих механізмів не може. Він може тільки враховувати їх дію у процесі свого функціонування, розробляти стратегію і тактику своєї поведінки таким чином, щоб максимально використовувати надані можливості, і згладжувати їх деструктивний вплив. І в цьому йому допомагає інформаційна система.

Система науково-технічної інформації, будучи складовою науково-технічного потенціалу, виступає як акумулятор знань, генератор НТП. За сучасних умов розвиток технологій (особливо ІКТ) інформаційного забезпечення став невід'ємною складовою інноваційного процесу і, відповідно, важливим об'єктом застосування інтелектуальних зусиль. ІКТ, комп'ютерна техніка є специфічними машинами нового етапу економічного розвитку — інноваційного, передбачаючи можливості і ефективність використання інформації.

На сьогодні інформаційні технології у бізнес-процесах можуть виступати як інструмент створення документації, як засіб візуалізації виробництва, як засіб спостереження (моніторингу) і контролю (протоколювання процесів виробництва і управління; як засіб підтримки користувачів при прийнятті управлінських рішень). Значна динаміка розвитку внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства вимагає зміни інформаційних технологій. На перший план висуває нові цілі, методи і форми організації, що дозволять забезпечити різке зниження витрат часу, числа працівників та інших витрат на виконання виробничих функцій; роботу з клієнтами і партнерами у будь-якій країні у будь-який час; мобільність персоналу; прискорення просунення нових технологій.

Використання нових інформаційних технологій, у свою чергу, змушує підприємства перебудовувати свою традиційну ієрархічну структуру, основану на функціональній спеціалізації і централізованій системі вертикального підпорядкування. Нові організаційні структури, як правило, ма-

ють меншу кількість рівнів управління, робочі групи складаються з різних спеціалістів, а вище керівництво має можливість делегувати повноваження керівникам нижчого рівня і рядовим співробітникам. Новими організаційним формами ведення бізнесу на основі нових інформаційних технологій можна назвати мережні комунікації і "віртуальні офіси", які підвищили самостійність і творчість робітників, а також розширили роботу з клієнтами.

Управління розробкою і впровадженням нововведень на підприємствах пов'язано з постійним прийняттям відповідальних рішень і здійсненням контролю за їх реалізацією. Обидва ці види діяльності передбачають отримання і переробку певної інформації як про зовнішнє середовище, так і про внутрішні процеси на підприємстві. Тому можна говорити про існування інформаційного середовища — зовнішнього і внутрішнього, — в якому потенційно є інформація для прийняття рішень про інновації і для контролю за їх виконанням.

Інформаційне середовище є важливою частиною процесу розробки і впровадження нововведень і вимагає для свого формування і підтримки значних зусиль і ресурсів на всіх стадіях інноваційної діяльності. Роль інформаційної підтримки інноваційного процесу зростає вже на його початковій стадії. Якість прийнятого рішення, а значить і успіх його реалізації, значно залежить від об'єктивності, достовірності, точності, повноти та інших якостей інформації, що використовується при прийнятті рішення. На цій стадії велике значення має зовнішня інформація, яка, у свою чергу, повинна бути пов'язана із внутрішньою. Впровадження новацій і на їх основі подальший розвиток підприємства залежить від можливостей підприємства, у тому числі і від людського і виробничого потенціалу, готовності персоналу до інновацій, загального фінансового стану і зовнішнього оточення. Аналізуючи перелік інформаційних потреб підприємства при реалізації інноваційного циклу можна виявити необхідні види інформації (табл. 1).

На початковій стадії інноваційного циклу (фундаментальні та прикладні дослідження) велике значення має зовнішня інформація. Джерелами такої інформації за радянських часів були інформаційні листи, спеціалізовані журнали, регулярні конференції і семінари.

Сьогодні ця система майже зруйнована. Більшість журналів або зовсім не випускаються, або вони стали практично недоступними багатьом підприємствам через їх дорожнечу. Галузеві науково-дослідні установи, що функціонують в Україні стикаються з величезними труднощами стосовно отримання актуальної наукової і статистичної інформації, проте і самі ці установи розповсюджують власну інформацію тільки на комерційній основі.

Такі джерела інформації про інновації, як зв'язки з іноземними фірмами, участь у виставках за кордоном, контакти з іноземними спеціалістами, стажування у великих фірмах, закордонні відрядження тощо не завжди є доступними для всіх підприємств і тому, через фінансову обмеженість, більшість з них знаходяться у стані інформаційного голоду.

Таке становище зумовлюється насамперед відсутністю системи інформування підприємств про досягнення в конкретних областях науки і техніки, не сформованим ринком інформаційних послуг такого виду.

В умовах загального збільшення інформаційних потоків підприємства мають нестачу інформації стосовно інноваційних технологій і нової техніки. Основні шляхи отримання інформації про інновації у підприємств і організації зараз через Інтернет, оголошення та рекламу, інші засоби масової інформації, а від своїх знайомих, друзів, партнерів по бізнесу. У деяких випадках інформація може "сама приходити" на підприємство від замовників нової продукції.

**Таблиця 1. Види інформації на різних стадіях інноваційного циклу**

Вид інф-ції	Зміст	Стадія
Науково-технічна	- про тенденції розвитку даного виду техніки (технології); - опис техніки можливого виробництва; - характеристика періоду морального старіння об'єктів техніки; - про нові науково-техн. досягнення і про НДДКР; - свідчення з стандартизації, сертифікації	НДР і ДКР Інвестиційне проєктування
Патентна	- про патенти; - про технічний рівень і тенденції розвитку об'єктів техніки; про їх патентоспроможність і чистоту	НДР і ДКР. Проведення маркетинг. досліджень (аналіз маркетинг. стратегії конкурентів), Вир-цтво
Кон'юнктурно-економічна	- про структуру ринку; - про сегмент підприємства на ринку; - про попит; - про пропозицію; - про конкурентів; конкуруючі товари. - про споживачів; - про постачальників; - про загальноекономічні тенденції; - про галузеві тенденції	Маркетингові дослідження (дослідження ринку і зовнішнього середовища)
Бізнес-інформація (про підприємства-конкурентах або можливих партнерах)	- загальна інформація, фін. рейтинг; - фінансова (активи і пасиви фірми, оборот, вартість продаж, доходи і витрати, податки тощо); - кредитно-аналітична (інформація про ліквідність, коефіцієнти рентабельності); - платіжно-аналітична (строки виконання платежів тощо)	Маркетингові дослідження Пошук партнерів
Обліково-статистична	- статистична інформація органів Держкомстату, галузевих і регіональних статистичних органів тощо; - про переписи населення; - у паспортах територій; - про економічний стан тощо	Маркетингові дослідження
Нормативно-правова	- про законодавчі та нормативні акти, їх практичне застосування	На всіх
Інфраструктурна	- про організації, що займаються підтримкою інноваційної, технологічної діяльності, в т.ч. про джерела інвестицій	На всіх

У цілому нестача інформації зовнішнього характеру і труднощі її отримання можуть призвести до прийняття необгрунтованого рішення, наприклад, до відмови від інновації. Також у зв'язку з неповною інформацією про нововведення у процесі розробки можуть бути виявлені побічні ефекти, наслідком яких, як правило, є додаткові витрати або небажані зміни в технологіях.

Існують також проблеми з отриманням і внутрішньої інформації, яка в основному пов'язана з оцінкою власних можливостей підприємств і також має велике значення на стадії прийняття рішення про нововведення. Внутрішня інформація використовується на підприємствах з метою оцінки і оптимізації витрат, у тому числі і на інновації, пошуку резервів і джерел фінансування нововведень, техніко-економічних і планово-фінансових розрахунків щодо ефективності впровадження проєктів розвитку. Підприємства, де створені корпоративні інформаційні системи (КІС) на базі сучасних системи управління мають більший потенціал для впровадження інновацій і використання сучасних методів управління виробничими процесами. Застосування КІС дає можливість у стислі терміни отримати достовірну і вичерпну інформацію про стан виробництва, аналітичні оперативні дані, про фінансовий стан, витрати, запаси і резерви, постачальників, споживачів тощо. Однак на деяких підприємствах, особливо в аграрній сфері, автоматизації підпадають тільки окремі функції управління: бухгалтерський і податковий облік, робота з персоналом, склад. Як правило, більшість з цих функцій інформаційно між собою майже не координують, і інформація, яка надходить з різних систем, потребує доопрацювання і уточнення.

На стадії виробництва інноваційної продукції йде відбір, аналіз, впровадження науково-технічної документації і оцінка технічних умов, що вимагає інформацію про світові, регіональні, національні, галузеві показники класифікації і оцінок. Нестача інформації на цьому етапі є ключовою про-

блемою. Для впровадження технічних і технологічних інновацій виникають додаткові проблеми під час виконання пусконаладжувальних робіт, що також може бути пов'язаним з неякісним інформаційним забезпеченням. У деяких випадках для вирішення цих проблем залучаються спеціалісти з науково-дослідних інститутів на договірних засадах.

На наступних етапах реалізації інноваційних проєктів необхідна відповідна інформація щодо кон'юнктури ринку і маркетингових досліджень. Підприємства зацікавлені у розповсюдженні інформації про свою продукцію, можливості її виробництва. Для цього використовуються різноманітні канали. Випускається рекламна продукція (буклети, каталоги тощо), даються рекламні об'яви в газети, журнали і на телебачення. Одним з найбільш поширених джерелом інформації про інноваційну продукцію є Інтернет. Участь у виставках, ярмарках, конкурсах, презентаціях та інших публічних заходах також дозволяє поширювати інформацію про своє підприємство. На деяких підприємствах організуються спеціальні конференції із залученням потенційних споживачів продукції.

Одночасно з впровадженням інновацій на підприємстві здійснюються організаційно-правові заходи щодо інформаційного захисту інноваційного виробу. Можна виділити основних два блоки стосовно цих заходів, кожний з яких має свою мету:

1 блок — правоохоронний, який здійснює правову охорону промислової та інтелектуальної власності новатора. Особливістю інформаційного забезпечення тут є аналіз патентно-ліцензійної ситуації, стан експертизи; потрібна додаткова інформація яка б дозволила обгрунтувати доцільність придбання ліцензій, "ноу-хау" тощо, або відмовитись від них; необхідна інша аналітична інформація щодо комерційного використання інноваційного продуктів (патенти, корисні моделі і зразки, макети виробів, принципові схеми, конструкторська і технологічна документація);



**Рис. 1. Компоненти моделі комунікаційного забезпечення інноваційної діяльності на основі бенчмаркінгової взаємодії**

2 блок — захисний, який займається захистом інформації (організаційної, управлінської, економічної, науково-технічної тощо) від її несанкціонованого використання. Для цього необхідна інформація про засоби охорони і захисту приміщень, комп'ютерів тощо.

Однією з основних проблем формування відносин у сфері інноваційної діяльності є диспропорції у ланцюгу передачі інформації в усіх етапах інноваційного процесу, коли з боку попиту відсутні дані про нові розробки і технології задоволення потреб, а з боку пропозиції необхідні знання якісних і кількісних характеристик попиту.

Інноваційна активність підприємств визначається рівнем інформаційної насиченості їх зв'язків: чим більш активно вони розвивають свої формальні та неформальні контакти, тим більш схильні вони до участі в інноваційній діяльності. На нашу думку, можна виділити три рівні зв'язків:

I рівень. Вертикальні зв'язки і норми, які визначають відносини між суб'єктами у технологічному ланцюгу, а також відносини між постачальником і споживачем інноваційної продукції.

II рівень. Горизонтальні зв'язки в межах своєї галузі (відносини в межах міністерства, асоціації, відносини з конкурентами).

III рівень. Макроекономічні зв'язки і норми (відносини між господарськими суб'єктами і урядом, місцевими органами влади, ЗМІ, суспільними фондами, організаціями тощо), в тому числі вплив макроекономічної ситуації і правового режиму.

Всі зв'язки можуть розглядатися з позицій їх вкладу в інформаційну систему окремого суб'єкта і мережі взаємодії в цілому. При цьому стан цих зв'язків для кожного суб'єкта не є стаціонарним. З часом він може змінюватися, і більш сильні зв'язки виникнути з тими суб'єктами, які раніше мали незначний вплив на його діяльність. Одночасно можуть змінюватися і ролі учасників: вони можуть бути постачальниками однієї інформації (знань) і споживачами іншої. Процес зміни характеру зв'язків між учасниками системи вимагають координації і контролю,

що сприяє більш точному прогнозуванню напрямів інноваційної діяльності.

Сьогодні, коли внутрішні джерела для отримання конкурентних переваг практично вичерпані, підприємства все частіше звертаються до зовнішніх джерел інновацій. На жаль, таке звертання переважно має однібокий, а не взаємодіючий характер і виступає у формі промислового шпіонажу або відкритого копіювання конкурентів. Однак, як свідчить світовий досвід, стратегічна конкурентна перевага як результат інноваційної діяльності може бути отримана не стільки за рахунок імітації, скільки завдяки передбаченню можливих напрямів попиту. У зв'язку з цим необхідно використовувати коопераційні можливості для отримання цінної інформації для інноваційної діяльності.

Інноваційний розвиток господарських систем вимагає певного комунікаційного забезпечення, що дозволить вирішити такі завдання:

— сприяти зміцненню взаємодії між учасниками інноваційного процесу, використанню загальних технологічних стандартів;

— забезпечити управління інформацією (знаннями), їх придбання, обробку, збереження, розподіл, доступність для потенційних споживачів і постачальників інноваційної продукції;

— на основі акумульованих знань визначати пріоритети інноваційного розвитку підприємства (регіону) і оцінювати можливість комерціалізації ноу-хау і технологій;

— надавати сигнали про диспропорції попиту і пропозиції, що дозволить оперативної їх долати;

— забезпечувати трансфер ідей і технологій, а також створення на їх основі конкурентоспроможної інноваційної продукції;

— управляти конфліктами, вирівнювати інтереси різних суб'єктів інноваційної системи і знімати невизначеність шляхом активного впливу на конфліктні ситуації.

Така комунікаційна модель може функціонувати на основі бенчмаркінгової взаємодії учасників інноваційного процесу. Поняття бенчмаркінгу відносно недавно увійшло в

словник українського бізнесу і одностайного його визначення немає. Найбільш повне, на нашу думку, дає визначення цього поняття професор Б. Андерсен: "Бенчмаркінг — це постійне вимірювання і порівняння окремо взятого бізнес-процесу з еталонним процесом провідної організації для збору інформації, яка допоможе підприємству, що розглядається, визначити мету свого удосконалення і провести заходи з покращення роботи" [2]. Іншими словами, бенчмаркінг (бенчмаркетинг) — це технологія виявлення успішних бізнес-рішень і стратегій, впровадження їх в роботу компанії.

Виходячи з визначення бенчмаркінгу і джерел отримання інформації про інновації господарськими суб'єктами, бенчмаркінгову взаємодію учасників інноваційного процесу можна визначити як процес, орієнтований на регулярний обмін інформацією через проведення спільних досліджень, організації виставок, семінарів, конкурсів, участі в клубах тощо з метою пошуку кращих ресурсів, здобуття нових знань та їх трансформація в конкурентоспроможні інноваційні продукти. Бенчмаркінгова взаємодія дозволяє скоротити часові та фінансові витрати, пов'язані з процесом адаптації учасників інноваційної діяльності та формування інноваційних систем.

Пропонуємо модель комунікаційного забезпечення інноваційної діяльності, яка включає чотири основних компоненти, націлені на зміцнення інформаційної взаємодії між потенційними її учасниками (рис. 1).

Способи реалізації бенчмаркінгової взаємодії орієнтують організації на розвиток не тільки їх власного потенціалу, але й потенціалу їх партнерів (постачальників, споживачів, посередників), сприяючи тим самим, спільному підвищенню конкурентоспроможності. Його використання дозволяє підприємствам досягти конкурентних переваг завдяки кооперації всіх своїх ресурсів, і відповідно, ефективного їх використання, і зниження витрат, пов'язаних з пошуком інформації і партнерів.

Необхідно відмітити, що інформація для прийняття рішень без непотрібних втрат часу, плутанини і ризику може бути синтезована за умови дотримання таких вимог:

- 1) визначення напряму робіт (прийняття стратегічного рішення визначає мету і напрямок діяльності, тактичні рішення визначають вибір найкращого шляху досягнення мети, оперативні рішення управляють реалізацією інноваційного процесу і спрямовані на вирішення конкретних проблем);
- 2) наявність інформаційних баз для прийняття стратегічних, тактичних і оперативних рішень;
- 3) використання ефективної системи збору і обробки інформації.

При цьому якість інформації повинна відповідати таким вимогам [3]: своєчасність; достовірність (з певною вірогідністю; надійність (з певним ступенем ризику); комплексність системи інформації (за якістю і ресурсоємністю товару, за умовами, за стадіями життєвого циклу товарів фірми і конкурентів тощо); адресність; правова коректність інформації; висока швидкість збору, обробки і передачі; можливість кодування; актуальність інформації.

## ВИСНОВКИ

Результати дослідження показали тісний взаємозв'язок і взаємозалежність між інноваціями й інформацією, який зумовлюється такими обставинами. По-перше, інновації та інформація мають єдине походження — вони є результатом інтелектуальної діяльності людини. По-друге, в основі найбільш продуктивного і найціннішого виду інновації (базисної інновації) лежать науково-технічні досягнення, які, у свою чергу, є джерелом науково-технічної інформації. По-третє, майже всі інноваційні концепції розглядають наукові знання, інформацію або інформаційний ресурс як суттєву передумову або умову інно-

ваційної діяльності. По-четверте, усі стадії нелінійної моделі інноваційного процесу включають елементи, які виступають як джерело інноваційних ідей. Усі ці елементи включають також інформаційні ресурси, які також можуть виступати і як результат проміжних стадій (дослідження і розробки). По-п'яте, інформаційний ресурс є складовою інноваційного потенціалу будь-якого суб'єкта, а інформаційний продукт може виступати як результат інноваційної діяльності.

Соціально-економічна значимість інформаційних технологій у активізації інноваційних процесів зумовлюється такими взаємопов'язаними моментами:

— вони пов'язують між собою не окремих робітників, а цілі колективи, віддалені у просторі один від одного, які працюють у самих різних сферах діяльності. Це означає появу нових інформаційних систем (мереж), призначених для обробки знань;

— мають змогу швидко з'єднувати суб'єктів (на відміну від транспортних засобів), що сприяє різкому зниженню витрат часу, енергії і матеріальних ресурсів;

— покращують такі важливі виробничі фактори, які якість роботи, ефективність колективної праці та роботи в команді, полегшують спілкування і зв'язок між різними підрозділами підприємства, підвищують відповідальність робітників за рішення, які вони приймають, що, у свою чергу, прискорює інноваційні процеси.

Знання про самий процес прийняття рішень споживачем, які при цьому отримуються, розуміння ще не реалізованих ним потреб і можливість впливу на споживчі очікування стають потужною конкурентною перевагою підприємства.

## Література:

1. Скидан О.В. Інноваційно-інвестиційна складова аграрної політики / О.В. Скидан // Інвестиції: практика та досвід. — 2008. — № 22. — С. 15—18.
2. Кане М.М. Системы, методы и инструменты менеджмента качества: учеб. пособие / М.М. Кане, Б.В. Иванов, В.Н. Корешков, А.Г. Схиртладзе. — СПб.: Питер, 2008. — 560 с.
3. Баззел Р., Кокс Д., Браун Р. Информация и риск в маркетинге / Р.Баззел, Д.Кокс, Р.Браун. — М.: Финстатинформ, 1993. — 96 с.
4. Жигирь А.А. Методологические основы управления предпринимательской деятельностью. / А.А.Жигирь // Экономика и предпринимательство. — 2013. — № 9. — С. 690—693.
5. Закон України "Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій" // Голос України. — 2006. — № 213. — 14 лист.

## References:

1. Skydan, O.V. (2008), "Innovation - the investment component of the agricultural policy", Investytsii: praktyka ta dosvid, vol.22, pp.15—18.
2. Kane, M.M. Yvanov, B.V. Koreshkov, V.N. and Skhyrtladze, A. H. (2008), Systemy, metody y ynstrumenty menedzhmenta kachestva [Systems, methods and tools of quality management], Pyter, St.Petersburg, Russia.
3. Bazzel, R. Koks, D. and Braun, R. (1993), Ynformatsiya y risk v marketynhe [Information and risk in marketing], Fynstatynform, Moscow, Russia.
4. Zhyhyr', A.A. (2013), "Methodological foundations management of entrepreneurial activity", Ekonomyka y predprynymatel'stvo, vol. 9, pp. 690—693.
5. Verkhovna Rada of Ukraine (2006), Law "On state regulation of activities in the field of transfer technology", Holos Ukrainy, vol. 213.

Стаття надійшла до редакції 09.09.2015 р.