УДК 658.5.330.1

[https://doi.org/10.33296/2707-0654-10\(20\)-04](https://doi.org/10.33296/2707-0654-10(20)-04)

КОЛЕЩУК ОРЕСТ

доктор економічних наук, доцент,
Національний університет «Львівська
політехніка», м. Львів, Україна

ORCIDiD: <https://orcid.org/0000-0001-8995-5206>

ГАРМАТІЙ МИРОСЛАВ

здобувач другого (магістерського) рівня освіти,
Національний університет «Львівська
політехніка», м. Львів, Україна

**АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНОЇ СПРИЙНЯТЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВ:
ДЕФІНІЦІЇ ТА СКЛАДОВІ**

Анотація. Однією з ключових проблем низької конкурентоспроможності українських підприємств є, зокрема, технічне та технологічне відставання від країн-лідерів глобального інноваційного рейтингу. Високі рівні морального та фізичного старіння основних виробничих засобів, низька результативність впровадження продуктів науково-дослідних робіт та незадовільна комерціалізація інноваційних розробок, зумовлюють повільну трансформацію сировинної економіки в економіку знань. Проте, використання інноваційних ідей, трансфер технологій, ефективна інноваційна політика, ресурсозберігаючі технології спроможні покращити результати діяльності підприємств. При цьому не враховуються можливості підприємства до сприйняття та готовності використання новітніх технологій та управлінських змін.

Розвиток підприємства вимагає впровадження сукупності економічних, організаційних, кадрових, інформаційних заходів, механізмів і методів управління націлених на зростання інноваційної сприйнятливості.

В статті узагальнено основи формування інноваційної сприйнятливості підприємств, розглянуто чинники впливу на зростання інноваційної сприйнятливості, а саме зовнішні фактори (політична і економічна ситуація, тип ринку, характер конкурентної боротьби, практика державно-монополістичного регулювання); внутрішні фактори (наявність лідера-підприємця та команди підтримки, фінансові і матеріально-технічні ресурси, технології, що застосовуються, розміри, організаційна структура, внутрішня культура організації, зв'язки із зовнішнім середовищем) та специфіка самого процесу інноваційної сприйнятливості як об'єкту стратегічного управління. У статті визначено наслідки зростання інноваційної сприйнятливості для підприємства.

Авторами статті розкрито основні дефініції та складові інноваційної

сприйнятливості сучасних підприємств.

Ключові слова: інновації, сприйнятливість, підприємства, зростання, конкурентоспроможність, розвиток.

Вступ. Протягом тривалого періоду соціум постійно розвивається під впливом внутрішніх та зовнішніх чинників, постійно формуються нові різновекторні технологічні уклади, що приходять на зміну попереднім.

Основою розвитку та зміни технологічних укладів були і є інновації, а саме базисна їх сукупність, що і формує розвиток та життєвий цикл відповідного технологічного укладу. Зародження та розвиток нового кластеру нововведень поступово змінювали попередні технологічні уклади, що пов'язано з поступом науково-технічного прогресу та потребами суспільства.

Сучасний неотехнологічний розвиток і високий рівень конкуренції спонукають промислові підприємства до активного інноваційного розвитку, що в свою чергу передбачає необхідність врахування можливостей підприємства до інноваційної сприйнятливості й ефективного управління нею у стратегічних періодах, пов'язаних з існуючими просторово-динамічними можливостями усіх рівнів його внутрішньої архітектури щодо зміни власних параметрів стану в певний проміжок часу, що, в свою чергу, дозволяє підвищувати рівень конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості промислових підприємств.

Проте, незважаючи на вагомий внесок багатьох науковців, проблеми врахування інноваційної сприйнятливості підприємств, розроблення адаптивних методологічних і концептуальних наукових підходів, визначення гносеологічних аспектів потребують подальшого, більш глибокого дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню основних напрямів еволюційного розвитку концепції інноваційної сприйнятливості підприємств присвячено праці: Р. Акоффа [1], О. Ареф'євої [2], В. Гейця [3], В. Диканя [4], Л. Калініченко [5], С. Ковальчука [6], П. Перерви [7], О. Пирог [8],

В. Прохорової [9], І. Скворцова [10], Л.Федулової [11] та ін.

Метою даної статті є дослідження процесів та методів формування поняття інноваційна сприйнятливість для сучасних підприємств в новітніх умовах господарювання.

Виклад основного матеріалу. Протягом періоду свого існування сучасне людство потребує постійного розвитку. Це зумовлено агресивними умовами протягом всього часу існування людства таобумовлює потребу для постійного розвитку, особливо це спостерігається протягом останніх ста років, коли науково-технічний прогрес розвивається дуже стрімко.

Для того, щоб займати лідируючі позиції, керівництво підприємств-флагманів завжди шукало шляхи для виходу на нові ринки, для завоювання попиту, для підвищення рівня своєї конкурентоспроможності, і все це досягалося завдяки використанню людського ресурсу, а саме використанням його креативного мислення, що надавало можливість продукувати ефективні рішення та виробляти продукцію або послуги інноваційного характеру.

На думку Ф. Гайека [12], ринкова економіка розвивається відповідно до своєї власної внутрішньої логіки, зумовленої формуванням людей керуватися своїми практичними знаннями, втіленими у звичках. Практичні знання, що використовуються підприємствами, в більшості випадків має інформацію, яка «розсіяна» і «швидко втрачає свою значущість».

Інші засновники теорій інноваційного зростання пропонували своє бачення розвитку, дотримуючись загальних методологічних принципів та акцентуючи увагу на окремих елементах і взаємозв'язках (рис.1):

- знання відіграють особливу роль в економічному розвитку;
- конкуренція є головним фактором економічної динаміки, в основі якої лежать інновації;
- інституційний контекст інноваційної діяльності прямо впливає на її зміст і структуру.

В даний час концепція інноваційної сприйнятливості отримала широкий розвиток у вітчизняній і зарубіжній науці за такими основними напрямками:

- різні підходи до визначення і типології інновацій; дослідження в області розвитку інновацій, понятійного апарату, державної інноваційної політики; дослідження динаміки інноваційних процесів;
- аналізування інновацій на рівні підприємств;
- розроблення моделей науково-технічного прогресу і врахування чинників, що характеризують інтелектуальну і інноваційну діяльність при побудові макроекономічних виробничих функцій;
- розроблення моделей економічного зростання з урахуванням інноваційної діяльності;

– аналізування і моделювання дифузії інновацій; – моделювання поведінки на конкурентних ринках з інноваціями; оцінювання ролі регіонів у

розвитку економіки інновацій і формування інноваційної політики.

Рис. 1 Формування інноваційної сприйнятливості підприємств

З кожним етапом розвитку підприємствам все важче здійснювати свою діяльність в конкурентному середовищі. Інноваційна сприйнятливість дає поштовх підприємству в його розвитку, просуванні та закріпленні своїх позицій на ринку в стратегічній перспективі. Кожне підприємство має свої інноваційні

переваги, які приваблюють інвесторів та споживачів, тому необхідно постійно займатися неперервним процесом розвитку інноваційної сприйнятливості.

Інноваційна сприйнятливість представляє собою комплексний процес освоєння, поширення і використання нових креативних ідей, які сприяють підвищенню ефективності роботи підприємства в стратегічній перспективі.

Інновація в своєму розвитку (життєвому циклі) змінює форми, просуваючись від ідеї до впровадження. Перебіг інноваційного процесу, як і будь-якого іншого, обумовлений складною взаємодією багатьох чинників. Використання у підприємницькій практиці того чи іншого варіанту форм організації інноваційних процесів визначають три фактори (рис. 2):

– зовнішні фактори (політична і економічна ситуація, тип ринку, характер конкурентної боротьби, практика державно-монополістичного регулювання тощо);

– внутрішні фактори (наявність лідера-підприємця та команди підтримки, фінансові і матеріально-технічні ресурси, технології, що застосовуються, розміри, організаційна структура, внутрішня культура організації, зв'язки із зовнішнім середовищем тощо);

– специфіка самого процесу інноваційної сприйнятливості як об'єкту стратегічного управління.

Зростання інноваційної сприйнятливості приводить до зміни в економіці, промисловості, суспільстві, в поведінці покупців, виробників, працівників, тому вона завжди повинна орієнтуватися на ринок, керуватися його потребами [4].

Рис. 2. Чинники зростання інноваційної сприйнятливості

Сенс зростання інноваційної сприйнятливості на підприємстві наведено на рис.3.

Для здійснення підприємством процесу інноваційності необхідно мати або створити умови, які сприяли б створенню атмосфери підприємництва і сприйняття нового креативного як можливого.

Отже, інноваційна сприйнятливість це процес, який не можна розглядати як наслідок випадкових подій, винаходів або інших креативних ідей, цей процес вимагає стратегічного планування та орієнтації на ринок управління.

На основі проведеного дослідження можна стверджувати, що

фундаментальною науковою основою формування інноваційної сприйнятливості є наукове підґрунтя, яке формувалося протягом більше ста років, під впливом різних факторів.

Рис. 3 Результати зростання інноваційної сприйнятливості підприємства

Висновки. Перспективи подальших досліджень. Незважаючи на те, що кожним з науковців був зроблений значний вклад у розвиток інноваційної сприйнятливості, еволюційність цього розвитку вимагає постійного продукування нових креативних поглядів для активного розвитку не тільки підприємства, країни, але й світової економіки в цілому шляхом залучення інституціональної структури, креативного мислення персоналу та розвитку науково-технічного прогресу.

Наступні дослідження стосуватимуться більш детального розгляду складових інноваційної сприйнятливості підприємств.

Використана література

1. Рассел Л. Акофф, Фредерик Э. Эмери. О целеустремлённых системах. Перевод с английского: Г. Б. Рубальский, под. редакцией И. А. Ушакова. М., 1974. URL: <https://gtmarket.ru/library/basis/7083>.
2. Арєф'єва О. В. Структурні перетворення на промислових підприємствах як фактор сталого розвитку. *Економіка и управление предприятиями машиностроительной отрасли: проблемы теории и практики*. 2014. № 2. С. 36-43.
3. Геєць В. М. Інституційна обумовленість інноваційних процесів у промисловому розвитку України. *Економіка України*. 2014. № 12. С. 4-19.
4. Дикань В.Л. Концепція інноваційного розвитку економіки України. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2015. №52. С.9-20.
5. Калініченко Л. Л. Підвищення інвестиційно-інноваційного потенціалу промислових підприємств залізничного транспорту в умовах інтеграційних процесів: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.03. Харків, 2008. 193 с.
6. Ковальчук С. Сучасний стан інноваційного розвитку промислових підприємств України. *Економіст*. 2012. № 10. С. 27–32.
7. Перерва П. Г., Кобелева Т. О., Ткачова Н. П. Збалансована система показників в інноваційно-інвестиційній політиці промислового підприємства. *Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»*: зб. наук. пр. Темат. вип.: *Технічний прогрес та ефективність виробництва*. Харків, 2015. № 60 (1169). С. 50-54.
8. Пирог О.В. Інвестиційна діяльність в промисловому секторі регіону: теорія та методика оцінки: монографія. Дніпропетровськ : Вид-во Дніпропетр. нац. ун-ту, 2010. 148 с.
9. Прохорова В. В., Проценко В. М., Чобіток В. І. Формування конкурентної стратегії підприємств на засадах інноваційно-спрямованого інвестування. Харків: УПА, 2015. 291 с.
10. Скворцов І.Б., Швед Л.Р. Використання системи мультиплікаторів для планування діяльності підприємств. *Актуальні проблеми економіки*. 2014. № 7. С. 541-551.
11. Федулова Л.І. Концептуальні засади управління інноваційним розвитком підприємств. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2014. № 2. С. 122-135. URL:<http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/>
12. Фрідріх А. Гаск. Індивідуалізм та економічний порядок. Харків: Акта, 2002. 418 с.

References

1. Russell L. Ackoff, Fred E. Emery. On Purposeful Systems. Aldine-Atherton, 1972. URL: <https://gtmarket.ru/library/basis/7083>.

2. Arefieva O. V. Strukturni peretvorennia na promyslovykh pidpriemstvakh yak faktor staloho rozvytku. *Ekonomika i upravlenye predpriyatiyamy mashynostroytelnoi otrasly: problemy teoryy i praktyky*. 2014. № 2. p. 36-43.
3. Heiets V. M. Instytutsiina obumovlenist innovatsiinykh protsesiv u promyslovomu rozvytku Ukrainy. *Ekonomika Ukrainy*. 2014. № 12. p. 4-19.
4. Dykan V.L. Kontsepsiia innovatsiinoho rozvytku ekonomiky Ukrainy. *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti*. 2015. № 52. p.9-20.
5. Kalinichenko L. L. Pidvyshchennia investytsiino-innovatsiinoho potentsialu promyslovykh pidpriemstv zaliznychnoho transportu v umovakh intehtatsiinykh protsesiv: dys. ... kand. ekon. nauk: 08.00.03. Kharkiv, 2008. 193 p.
6. Kovalchuk S. Suchasnyi stan innovatsiinoho rozvytku promyslovykh pidpriemstv Ukrainy. *Ekonomist*. 2012. № 10. p. 27-32.
7. Pererva P. H., Kobieliava T. O., Tkachova N. P. Zbalansovana systema pokaznykiv v innovatsiino-investytsiinii politytsi promyslovoho pidpriemstva. *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu «Kharkivskiy politekhnichnyi instytut»*: zb. nauk. pr. Temat. vyp.: Tekhnichnyi prohres ta efektyvnist vyrobnystva. Kharkiv, 2015. № 60 (1169). p. 50-54.
8. Pyroh O.V. Investytsiina diialnist v promyslovomu sektori rehiona: teoriia ta metodyka otsinky: monohrafiia. Dnipropetrovsk : Vyd-vo Dnipropetr. nats. un-tu, 2010. 148 p.
9. Prokhorova V. V., Protsenko V. M., Chobitok V. I. Formuvannia konkurentnoi stratehii pidpriemstv na zasadakh innovatsiino-spriamovanoho investuvannia. Kharkiv: UIPA, 2015. 291 p.
10. Skvortsov I.B., Shved L.R. Vykorystannia systemy multiplyikatoriv dlia planuvannia diialnosti pidpriemstv. *Aktualni problemy ekonomiky*. 2014. № 7. p. 541-551.
11. Fedulova L.I. Kontseptualni zasady upravlinnia innovatsiinym rozvytkom pidpriemstv. *Marketynh i menedzhment innovatsii*. 2014. № 2. p. 122-135. [URL:http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/](http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/)
12. Fridrikh A. Haiek. Indyvidualizm ta ekonomichnyi poriadok. Kharkiv: Akta, 2002. 418 p.

Орест Колещук

доктор экономических наук, доцент

Национальный университет «Львовская политехника», г. Львов, Украина

Мирослав Гарматий

соискатель второго (магистерского) уровня образования

Национальный университет «Львовская политехника», г. Львов, Украина

АСПЕКТЫ ИННОВАЦИОННОЙ ВОСПРИИМЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ: ДЕФИНИЦИИ И СОСТАВЛЯЮЩИЕ

Аннотация. Одной из ключевых проблем низкой конкурентоспособности украинских предприятий является, в частности, техническое и технологическое отставание от стран-лидеров глобального инновационного рейтинга. Высокие уровни морального и физического старения основных производственных фондов, низкая результативность внедрения продуктов научно-исследовательских работ и неудовлетворительная коммерциализация инновационных разработок обуславливают медленную трансформацию сырьевой экономики в экономику знаний. Однако, использование инновационных идей, трансфер технологий, эффективная инновационная политика, ресурсосберегающие технологии способны улучшить результаты деятельности предприятий. При этом не учитываются возможности предприятия к восприятию и готовности использования новейших технологий и управленческих изменений. Развитие предприятия требует внедрения совокупности экономических, организационных, кадровых, информационных мероприятий, механизмов и методов управления, нацеленных на рост инновационной восприимчивости. В статье обобщены основы формирования инновационной восприимчивости предприятий, рассмотрены факторы влияния на рост инновационной восприимчивости, а именно внешние факторы (политическая и экономическая ситуация, тип рынка, характер конкурентной борьбы, практика государственно-монополистического регулирования); внутренние факторы (наличие лидера-предпринимателя и команды поддержки, финансовые и материально-технические ресурсы, применяемые технологии, размеры, организационная структура, внутренняя культура организации, связи с внешней средой) и специфика самого процесса инновационной восприимчивости как объекта стратегического управления. В статье определены последствия роста инновационной восприимчивости для предприятия. Авторами статьи раскрыты основные дефиниции и составляющие инновационной восприимчивости современных предприятий.

Ключевые слова: инновации, восприимчивость, предприятия, рост, конкурентоспособность, развитие.

Orest Ya. Koleshchuk

Doctor of Economics, Associate Professor,
National University «Lviv Polytechnic», Lviv, Ukraine

Myroslav Harmatiy

Master student, National University «Lviv Polytechnic», Lviv, Ukraine

ASPECTS OF INNOVATIVE SUSPENSION OF ENTERPRISES: DEFINITIONS AND COMPONENTS

Abstract. One of the key problems of the low competitiveness of Ukrainian enterprises is, in particular, the technical and technological lag behind the leading countries of the global innovation rating. High levels of moral and physical aging of fixed assets, low efficiency in the implementation of research products and unsatisfactory commercialization of innovative developments lead to a slow transformation of a resource-based economy into a knowledge economy. However, the use of innovative ideas, technology transfer, effective innovation policy, resource-saving technologies can improve the performance of enterprises. This does not take into account the company's ability to perceive and readiness to use the latest technologies and management changes. The development of an enterprise requires the introduction of a set of economic, organizational, personnel, informational measures, mechanisms and methods of management aimed at increasing innovation susceptibility. The article summarizes the foundations of the formation of innovative susceptibility of enterprises, considers the factors of influence on the growth of innovative susceptibility, namely external factors (political and economic situation, type of market, nature of competition, practice of state monopoly regulation); internal factors (the presence of an entrepreneur-leader and a support team, financial and material and technical resources, technologies used, size, organizational structure, internal culture of the organization, connections with the external environment) and the specifics of the process of innovative receptivity itself as an object of strategic management. The article defines the consequences of the growth of innovative susceptibility for the enterprise. The authors of the article reveal the main definitions and components of the innovative susceptibility of modern enterprises.

Key words: innovation, receptivity, enterprises, growth, competitiveness, development.