

## ТЕОРЕТИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СПРИЯТЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

БУТЕНКО Д. С.

Харків

Сучасні тенденції розвитку економіки України пов'язані з переходом суспільства до більш високої стадії розвитку відносин, а саме – інформаційного суспільства. Основу його життєдіяльності становлять процеси виробництва, розподілу й використання інформації, а відмінною рисою є стрімке зростання значення інформації для економічного й соціального прогресу. Зростання ролі інформації у суспільному житті безпосередньо впливає на розподіл праці, віддаючи перевагу інтелектуальній складовій. У цьому зв'язку є необхідність звернути певну увагу на інтелектуалізацію економіки, що базується на знаннях, коли інформація й послуги, що з нею пов'язані, здобувають порівняно більш високу ринкову вартість, ніж та, котру мають товари, що володіють натурально-речовинною формою та енергією. Таким чином, відбувається перехід економічної системи з одного рівноважного стану в інший, а джерелом такого переходу є інновації. Вони являють собою нові або вдосконалені продукти, впроваджені на ринку, нові технологічні процеси, що використовуються у підприємницькій діяльності, або принципово нові підходи до надання послуг [5]. З появою інноваційних змін у практичній діяльності перед підприємствами постає питання доцільності їх використання, що вимагає проведення теоретичного дослідження поняття інноваційної сприйнятливості.

Проблемою інноваційної сприйнятливості займались багато вітчизняних та зарубіжних вчених, а саме: І. В. Алексеев, К. А. Бармута, Б. Гансе, В. М. Гриньова, Н. В. Краснокутська, А. И. Пригожин, Л. В. Синиця та ін. Проте залишилось ряд питань, які потребують теоретичного узагальнення.

Існує багато точок зору щодо сутності понять «інноваційна сприйнятливість», «сприйнятливість підприємств до інновацій та нововведень», «прийнятність інновації», «інновативність». Теоретичне узагальнення літературних джерел та їх дослідження дозволяє зробити висновок, що на даному етапі розвитку наукової думки щодо питання визначення поняття «інноваційна сприйнятливість» існують принципово різні точки зору.

Інноваційна сприйнятливість трактується К. А. Бармутой, як здатність створювати і застосовувати піонерні технологічні нововведення, або підготовленість і здатність того чи іншого підприємства (організації) здійснити в перший раз і сприйняти новацію. [3, с. 62]. Однак дане визначення не містить згадки про здатність підприємства створювати і застосовувати продуктивні та організаційні нововведення.

Б. Гансе вважає, що інноваційна сприйнятливість є характеристикою підприємства, яка відображає саме науковий потенціал, а великий його рівень виділяють як одну з ключових характеристик фірм-лідерів. Високий науковий потенціал, а отже, наявність в організації достатньої кількості наукових та інженерних кадрів висококваліфікованого рівня є умова для генерації або відтворення новації. [7, с. 102]. Іншими словами, Б. Гансе

ототожнює інноваційну сприйнятливість з інноваційним потенціалом. Проте, А. І. Пригожин [6] має протилежну точку зору та вважає, що інноваційна сприйнятливість є складовою частиною інноваційного потенціалу, що відображає здатність підприємства реалізувати і застосовувати новачі. Такої ж точки зору пропонує дотримуватися Голубченко Г. О., який розглядає інноваційну сприйнятливість як складову частину інноваційного потенціалу. Таким чином, автор погоджується з другим підходом і пропонує розглядати інноваційну сприйнятливість підприємства як складову інноваційного потенціалу, що представлено на *рис. 1*.



**Рис. 1. Схема інноваційної сприйнятливості підприємства**

Отже, згідно рис. 1 інноваційна сприйнятливості підприємства – це складові частини інноваційного потенціалу, яка характеризує здатність підприємства створювати, застосовувати та реалізовувати нововведення на підприємстві. Слід звернути увагу, що час освоєння інновацій на підприємстві встановлює рівень інноваційної сприйнятливості на підприємстві.

Також поряд з категорією «інноваційна сприйнятливості» існує ще одна категорія «сприйнятливості підприємств до інновацій та нововведень». У більшості випадків вчені-економісти [4, 7] ототожнюють ці поняття, проте деякі [1, 5] розділяють їх. Тому постає питання в конкретизації поняття «інноваційна сприйнятливості» та «сприйнятливості підприємств до інновацій та нововведень», вирішення якого надасть змогу знайти існуючі від'ємні риси між цими диференціями.

Н. В. Краснокутська, розглядає «сприйнятливості підприємств до інновацій та нововведень», як властивість суб'єкта опанування, а саме: час освоєння нововведення даною організацією порівняно з іншими. Та пропонує розглядати опанування нововведення поетапно або за стадіями. А саме за стадіями: ініціювання - це процес, за допомогою якого організація дізнається про новачі і вирішує її опанувати; упровадження – це процес, за допомогою якого організація здійснює інновацію і вона стає невід'ємною частиною самої організації. [7, с. 102]. Таким чином, чим більше та швидше підприємство буде застосовувати інновації, тим вище рівень його інноваційної сприйнятливості.

В. М. Гриньова та В. В. Власенко пропонують таке визначення, сприйнятливості підприємства до інновацій та нововведень – це комплексна характеристика рівня його розвитку, сукупність засобів та можливостей для вирішення його науково-технічних та соціально-економічних проблем [4].

Отже, «сприйнятливості підприємств до інновацій та нововведень» – це можливість опанування інновацій та нововведень, за певний період часу, що підвищує науково-технічний і соціальний рівень підприємства.

На думку, І. В. Алексєєва та А. Г. Оленець, проблема інновацій в Україні полягає якраз у низькому рівні відповідності між «прийнятністю інновацій» і «сприйнятністю економіки» до принципово нових технологій, процесів, продуктів. [1, с. 148]

«Прийнятність інновацій» І. В. Алексєєв пропонує розглядати як здатність економічного середовища сприймати пропоновані нововведення. Адже далеко не кожна інновація може «вписатися» в установлені порядки господарювання, в певну систему технологій конкретного підприємства [1, с. 149].

З позицій макроекономіки «прийнятність інновацій» означатиме можливість співіснування певного нововведення з існуючими на ринку товарами та послугами. З позицій окремого підприємства, ця категорія має відображати сумі-

ність нововведення з технологіями, які використовуються цим підприємством. Окремим випадком слід вважати ситуацію, коли інновація прийнятна для підприємства через те, що повністю витісняє старі технології, тобто відсутня потреба у погодженні між новими й старими засобами виробництва.

Таким чином, категорія «прийнятності інновацій» відрізняється від категорії «інноваційна сприйнятливості», під якою розуміють таке. Інноваційна сприйнятливості економіки - це такі умови, які забезпечують швидку комерціалізацію інновацій, тобто так і зовнішні для інновації умови, що дозволяють отримати значно більший прибуток від запровадження інноваційних проектів, ніж від базових технологій [2, с. 16].

А. І. Пригожин ототожнює поняття «інновативність» та «інноваційна сприйнятливості», під якою розуміє здатність підприємства сприйняти інновації та нововведення і науковий потенціал підприємства як складових частин поняття інноваційний потенціал. Отже, по-перше, трактується, як здатність застосувати нововведення, по-друге – як створити новачі [6].

Інноваційна сприйнятливості або інновативність підприємства залежить від різних зовнішніх і внутрішніх факторів. До внутрішніх факторів відноситься наявність сприятливих економічних, організаційних, психологічних, кадрових і технічних умов для інновацій. Важливою ланкою в підтримці інноваційних ініціатив на підприємстві є і інформаційний аспект, тобто є місце взаємодії інформації про нововведення в системі при-

йняття рішень на підприємстві. Важливу роль відіграють зовнішні фактори, пов'язані з розвиненістю ринкових відносин; станом фінансово-економічної системи; соціально-економічним і політичними факторами; наявністю або відсутністю сприятливого інноваційного клімату та підтримки з боку держави; позиціонування підприємства в галузі; характеристики самої галузі; розвиненістю відповідної інфраструктури місця розташування підприємства [6].

Проведений аналіз літературних джерел надав змогу зробити ряд висновків, по-перше, категорії «інноваційна сприйнятливість», «сприйнятливість підприємств до інновацій та нововведень», «прийнятність інновацій», «інновативність», не є тотожними поняттями, проте, по-друге, хоча ці категорії розрізняються за змістом проте у повсякденній практиці ототожнюють їх, по-третє, різні тлумачення цих понять можна пояснити відмінностями у меті використання. ■

#### ЛІТЕРАТУРА

**1. Алексеев І. В.** Прийнятність інновацій і конкурентоспроможність підприємств / І. В. Алексеев, А. Г. Оленець

// Теоретичні та прикладні питання економіки. Зб. наук. пр. Випуск 19.– К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2009.– С. 147 – 153.

**2. Бандурка І. В.** Техническая инновационная деятельность: Финансово – экономический аспект : монография / И. В. Бандурка. – Х. : НТУ «ХПИ», 2003.– 320 с.

**3. Бармута К. А.** Техническое развитие как основное направление инновационной деятельности предприятий : монография / К. А. Бармута.– Ростов-на-Дону : РГЭУ «РИНХ», 2006.– 326 с.

**4. Власенко В. В.** Управління інноваційною діяльністю підприємства автореф. дис. канд. екон. наук: 08.00.04 / В. В. Власенко.– Харків, 2004.– 20 с.

**5. Гальчинський А. П.** Інноваційна стратегія українських реформ / А. П. Гальчинський.– К. : Знання України, 2002.– 336 с.

**6. Пригожин А. И.** Нововведения: стимулы и препятствия (социальные проблемы инноватики) / А. Пригожин.– М. : Политиздат, 1989.– 28 с.

**7. Краснокутська Н. В.** Інноваційний менеджмент : навч. посіб / Н. В. Краснокутська.– К. : КНЕУ, 2003.– 504 с.

**8. Ganse B.** Management the scientific and technical innovations / B. Ganse, G. Licht // The Economics of Transition.– 2006.– № 14(1).– P. 101 – 131.