

**В.І. ДОВБЕНКО**, канд. екон. наук, доцент, Національний університет «Львівська політехніка», Львів

## **РОЛЬ ІННОВАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ У ПІДВИЩЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЕКОНОМІКИ**

У статті розглянуто питання формування сучасної інноваційної культури та її ролі у підвищенні конкурентоспроможності економіки. Проаналізовано переваги й недоліки різних підходів до сприйняття інновацій та ведення інноваційної діяльності. Наведено пропозиції з підвищення рівня інноваційної активності вітчизняної економіки.

В статье рассмотрен вопрос формирования современной инновационной культуры и ее роли в повышении конкурентоспособности экономики. Проанализированы преимущества и недостатки разных подходов к восприятию инноваций и ведению инновационной деятельности. Приведены предложения из повышения уровня инновационной активности отечественной экономики.

In the paper questions of formation of modern innovational culture and its role in increase of competitiveness of economy are considered. It is analyzed advantages and lacks of different approaches to perception of innovations and conducting innovational activity. It is given offers on increase of a level of innovational activity of Ukrainian economy.

**Ключові слова:** інноваційна культура, конкурентоспроможність економіки, відкриті інновації, розвиток економіки, трансфер технологій

**Вступ.** Можливості інноваційного розвитку економіки залежать від багатьох взаємопов'язаних чинників, серед яких на сучасному етапі все більшу роль відіграє інноваційна культура. Вона представляє собою систему норм, правил і способів, а також знань, вмінь і досвіду цілеспрямованої підготовки та здійснення нововведень в різних сферах життя суспільства і відіграє роль соціокультурного механізму регуляції інноваційної поведінки сторін. Роль інноваційної культури зростає за умов глобалізації, що підкреслює надзвичайну важливість привернення уваги до даного питання в Україні та сприятиме налагодженню цивілізованих відносин всіх учасників інноваційного процесу і підвищенню конкурентоспроможності національної економіки. Формування адекватної поставленим завданням розвитку країни інноваційної культури дозволить гармонізувати систему взаємовідносин держави, бізнесу, науки та соціуму.

**Постановка завдання.** Згідно усталених поглядів на інноваційний розвиток в Україні рушійними силами переходу до постіндустріального суспільства є високі технології, інформатизація й економіка знань. Проте, як свідчить практика вже багатьох років, тільки в результаті проголошення загалом правильних гасел переходу на інноваційно-інвестиційну модель розвитку неможливо домогтися суттєвих змін в економіці. Продовжуються процеси

деградації науково-технічного потенціалу країни, не вдається своєчасно й успішно комерціалізувати розробки вчених і дослідників, все більш суттєвим стає відставання від країн-лідерів по ряду пріоритетних напрямів розвитку. Для формування сучасної національної інноваційної системи важливо трансформувати існуючий промисловий комплекс. Однак для цього необхідно налагодити партнерські відносини між державою, наукою і бізнесом, що потребує формування належної інноваційної культури, спроможної сприяти вирішенню існуючих проблем у сфері інноваційної діяльності шляхом продуктивного діалогу сторін, спільного прийняття рішень з питань економічного й соціального розвитку. Проблеми формування сучасної інноваційної культури, оцінки її впливу на конкурентоспроможність економіки та діяльність окремих суб'єктів господарювання досліджували іноземні вчені Е. Брукінг, Л.Едвінсон, Б.Лундвалл, К. Прахалад, В.Рамасвами, М.Стефік, Б.Стефік, Т.Стюарт, К.Фрімен, Г. Чесбро, а також такі вітчизняні вчені як В. Геєць, Г. Захарчин, В.Ільчук, В.Семиноженко, Л.Федулова та ряд інших. Однак, незважаючи на значну увагу, що приділяється питанням формування інноваційної культури, її впливу на розвиток економіки, невирішеними залишаються проблеми активізації інноваційної діяльності вітчизняних підприємств та підвищення рівня їх конкурентоспроможності, що передбачає необхідність проведення додаткових досліджень у даному напрямку.

**Методологія.** У роботі використано сукупність методів теоретичного та емпіричного дослідження, включаючи методи моделювання, формалізації, структуризації та міждисциплінарного дослідження. Це дозволило комплексно розглянути проблему формування в Україні сучасної інноваційної культури, яка створюватиме умови для конкурентоспроможного розвитку економіки на засадах оптимального врахування інтересів учасників інноваційного процесу.

Результати дослідження.

У сучасних умовах в економіці відбувається глибока трансформація підходів до управління, яка передбачає нове бачення шляхів та можливостей розвитку. За умов сьогодення проявляються тенденції, з одного боку, до зростання цін на природні ресурси, а з другого боку – до підвищення ефективності їх використання. Подібні процеси вимагають особливої уваги до інновацій, з допомогою яких можна успішно вирішувати проблеми розвитку.

К.Прахалад і В.Рамасвами наголошують на важливості спільного творення цінностей підприємствами і споживачами. Традиційно інновації скеровують на технології, продукти й процеси. Взаємодія компаній зі споживачами при цьому відбувається у процесу обміну товарів і послуг на гроші. У нових умовах важливо, щоб пропозиції, сформовані ціннісним ланцюжком компанії, відповідали попиту споживачів, а це передбачає безпосередню участь у процесах формування цінності споживача. У результаті процес спільного творення цінності витісняє процес обміну. Старі й нові підходи до сприйняття інновацій компаніями і споживачами наведено у табл.1.

Творення цінності в нових умовах з допомогою аутсорсингу, реінжинірингу бізнес-процесів, скорочення персоналу наштовхується на значний опір. Подібні

трансформації можливі за умов налагодження сприятливого середовища сприйняття інновацій та високої інноваційної культури. Це передбачає формування нових ринків та комерційно успішних інновацій з допомогою нових методів управління та спільного творення цінності на основі діалогу, доступу, оцінювання ризику й прозорості (dialogue, access, risk assessment, transparency - DART) [1, с.31]. Діалог сприяє як обміну знаннями, так і формуванню якісно нового рівня порозуміння сторін за рахунок спільного формування цінностей. Доступ дає змогу розширювати можливості розвитку підприємства за рахунок передачі споживачу прав на користування майном чи певними послугами (не здійснюючи при цьому їх купівлі). Оцінювання ризиків базується на наданні споживачу необхідної інформації для прийняття ним усвідомлених рішень. Прозорість у стосунках потрібна для формування атмосфери довіри між сторонами.

Таблиця 1- Трансформація підходів до сприйняття інновацій [на основі 1, с.14-15]

Процеси творення цінності				
Передумови	Старі умови	Творить компанія	Основа цінності – продукти й послуги	Попит проявляє споживач
	Нові умови	Спільне творення	Основа цінності – досвід спільного творення	Індивід стає центром досвіду спільного творення
Наслідки	Старі умови	Компанія привласнює додану вартість	Забезпечення диференційованими продуктами	Формування замовлень на продукцію та послуги
	Нові умови	Обопільно вигідний розподіл створених цінностей	Множинність досвіду спільного творення через нестандартність взаємодії	Індивідуалізація досвіду спільного творення
Напрями розвитку	Старі умови	Зосередження на ланцюжках цінності та якості внутрішніх процесів	Зосередження на інноваціях технологій, продуктів та процесів	Зосередження на ланцюжках постачання та керуванні замовленнями
	Нові умови	Зосередження на якості взаємодії «споживач – компанія»	Зосередження на оновленні середовища досвіду	Зосередження на мережі досвіду

Необхідність зміни підходів до культури інновацій відзначають і Марк та Барбара Стефік. На їхню думку існує суперечність між цілями комерційної та винахідницької діяльності. Якщо для бізнесу пріоритетними цілями є прибутки, ринки, вдосконалення продуктів та теперішні клієнти, то для винахідників – нові технології та потенційні споживачі. У підході компаній до інновацій переважають комерційні інтереси, а замовниками досліджень і розробок

виступають виробничі структури. Дана модель інновацій зорієнтована на короткий термін і швидку комерціалізацію результатів розробок. Винахідницьке ж уявлення про інновації передбачає фінансування проектів за рахунок спонсорських коштів. Дана модель розрахована, як правило, на тривалий термін і передбачає значну свободу вибору дій [2, с.217-218]. Для досягнення успіху у процесі інноваційної діяльності важливо оптимальним чином комбінувати зазначені вище моделі та підходи з метою врахування специфіки ситуації та моменту часу для досягнення кращих результатів в розрахунку на достатньо тривалу перспективу.

Європейські компанії створюють інновації по-різному. Тоді як одні проводять НДДКР та розробляють новітні технології, багато компаній засновують свої інновації на існуючих технологіях або розвивають новітні бізнес-моделі чи послуги, якими користуються користувачі та постачальники, або розробляють інновації в межах роботи кластерів чи мереж. Відповідно політичні стратегії мають бути розроблені для підтримки всіх форм інноваційної діяльності, а не тільки технологічних інновацій [3, с.67].

Для інноваційної культури, як і для організаційної культури підприємства, властивий свій життєвий цикл становлення і розвитку, який не завжди збігається з життєвим циклом підприємства, однак вносить свої вагомні корективи в організаційний розвиток, особливо інноваційний.

У концептуальній моделі розкривається процес формування інноваційної культури, що охоплює як етапи цього процесу, так й технологію розвитку інноваційної культури. Алгоритм процесу формування інноваційної культури підприємства включає такі етапи [із врахуванням 4]:

- 1) визначення потенційних напрямків інноваційної діяльності;
- 2) визначення інноваційних цілей;
- 3) розроблення стратегії і програми розвитку інноваційної культури;
- 4) поєднання інтелектуального, інноваційного та інвестиційного потенціалу підприємства;
- 5) формування мотиваційного механізму реалізації стратегії інноваційної культури.

Через зростаючу складність і мультидисциплінарність сучасних інновацій постійно зростають витрати на доступ до знань про нові технології, а також самостійне здійснення масштабних НДДКР. Для протидії даним тенденціям компанії змушені вкладати кошти першочергово у прикладні розробки, спроможні забезпечити швидку окупність, які, як правило, забезпечують відносно невелике покращення окремих параметрів кінцевого продукту. Це йде на шкоду перспективному розвитку й може призводити до втрати конкурентних позицій. З метою підвищення ефективності та результативності інноваційної діяльності Г.Чесбро запропонував концепцію відкритих інновацій, яка передбачає активне використання зовнішніх ідей, підходів та розробок. Це передбачає формування нової інноваційної культури, основні риси якої наведено у табл.2.

Відкриті інновації допомагають впроваджувати нові ідеї за рахунок скорочення ризиків і сприяння притоку ресурсів для досягнення поставлених

цілей за рахунок трансферу технологій. При цьому зовнішні можливості поєднуються із внутрішнім потенціалом розвитку, тобто суб'єкт господарювання отримує додаткові шанси для розвитку за рахунок об'єднання зусиль зацікавлених сторін.

Таблиця 2- Характеристики відкритих і традиційних (закритих) інно-вацій [5,6]

Риси традиційних (закритих) інновацій	Риси відкритих інновацій
Ніхто не повинен знати що компанія робить у сфері інновацій	Ніхто не повинен знати конфіденційну інформацію
Більші витрати на внутрішні дослідження забезпечують зміцнення ринкових позицій	Заохочення контактів з інноваційною спільнотою
Пріоритет у патентуванні – найвищі прибутки	Пріоритет у виході на ринок – найвищі прибутки
Потреба у великій кількості дослідників	Зосередженість на основних компетенціях, передача невластивих функцій на аутсорсинг

Для переходу на відкритий тип інноваційної діяльності компаніям важливо внести зміни у культуру сприйняття інновацій за рахунок здійснення наступних заходів [із урахуванням пропозицій, наведених у 7]:

- 1) сформувавши перелік стратегічних та ділових потреб;
- 2) визначити основні компетенції компанії;
- 3) дослідити проблеми розвитку;
- 4) сформувавши стратегію нарощування інтелектуального капіталу;
- 5) налагодити контакти із групами впливу (стейкхолдерами);
- 6) сформувавши імідж компанії, відкритої для інновацій;
- 7) налагодити взаємовигідні відносини з діловими партнерами;
- 8) оновити базу знань із урахуванням перспективних потреб ринку;
- 9) налагодити постійний моніторинг у сфері інноваційної діяльності.

Слід визнати, що більшість вітчизняних підприємств на сьогодні ще не готові до переходу на нову інноваційну культуру на базі відкритих інновацій. Однак процес трансформації є неминучим у зв'язку з швидким поширенням трансферу технологій за умов глобалізації. Умовами формування нової інноваційної культури є розвиток сучасної інноваційної інфраструктури та поглиблення міжнародного співробітництва вітчизняної науки та бізнесу.

**Висновки.** Аналіз стану інноваційної активності у вітчизняній економіці виявив необхідність її радикального підвищення. Для цього важливо, використовуючи світовий досвід формування інноваційної культури у сфері інноваційної діяльності, здійснити ряд першочергових заходів, спрямованих на оновлення інноваційної інфраструктури за рахунок залучення у дані процеси всіх зацікавлених сторін на засадах концепції відкритих інновацій.

Налагодження співробітництва на основі спільного творення цінностей підвищить мотивацію сторін та конкурентоспроможність економіки загалом.

**Список літератури:** **1.** Прахалад К.К., Рамасвами, Венкат. Майбутнє конкуренції. Творення унікальної цінності спільно з клієнтами /Пер. з англ. – К.: Видавництво Олексія Капусти (Підрозділ «Агенція «Стандарт»»), 2005. – 258 с. **2.** Стефік Марк, Стефік Барбара. Прориви. Історії та стратегії радикальних новацій /Пер. з англ. – К.: Видавництво Олексія Капусти (Підрозділ «Агенція «Стандарт»»), 2005. – 322 с. **3.** Законодавче регулювання інноваційної діяльності в Європейському Союзі та державах-членах ЄС /за ред. Г.Авігдора, Ю.Капіци. – К.: Фенікс, 2011. – 704 с. **4.** Захарчин Г.М., Андрійчук О.Я. Концептуальна модель інноваційної культури підприємства /Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України: Інформаційні технології галузі, 2008. № 18.8. – с. 272-278 **5.** Chesbrough, Henry. Open Business Models: How to Thrive in the New Innovation Landscape. Cambridge, Massachusetts: Harvard Business Press, 2006. – 256 pp. **6.** [Електрон. ресурс]. – Доступний з: <http://www.ninesigma.com/WhatWeDo/AboutOpenInnovation.aspx>. **7.** Stark, Kevin. **10** Steps for Creating an Open-Innovation Culture. [Електрон. ресурс]. Доступний з: [http://www.industryweek.com/articles/10\\_steps\\_for\\_creating\\_an\\_open-innovation\\_culture\\_25783.aspx?SectionID=1](http://www.industryweek.com/articles/10_steps_for_creating_an_open-innovation_culture_25783.aspx?SectionID=1)

Поступила в редакцію 2.04.2012р