

Краус Н. М.

*д.е.н., доцент, професор кафедри фінансів та економіки
Київський університет імені Бориса Грінченка*

Краус К. М.

*к.е.н., доцент кафедри управління
Київський університет імені Бориса Грінченка*

ЯК ПРАЦЮЄ “ВІТРЯК ІННОВАЦІЙ”?

З метою забезпечення активної інноваційної діяльності підприємницьких структур України та їх адаптивної флексибільності, по-перше, потрібно створити сприятливе інституціональне середовище. По-друге, змінити структуру ментальності українського соціуму. По-третє, “вмонтувати” у внутрішнє культурно-ділове середовище підприємницьких структур “вітряк інновацій”. “Вітряк інновацій” ми пропонуємо розуміти як постійно функціонуючу відпрацьовану систему “народження” інноваційного товару/послуги, що супроводжується новими рішеннями в інноваційній діяльності з моменту появи інноваційної ідеї до практичного її втілення.

Дія “вітряка інновацій” повинна підсилюватися ефективним творчим кліматом, позитивною і сприятливою творчою атмосферою в трудовому колективі венчурного підприємства. Це, в свою чергу, підвищить якість інноваційної діяльності, що позитивно вплине на конкурентоспроможність інноваційної продукції/послуги інституту інноваційного розвитку на ринку інновацій [1, с. 14]. До діяльності “вітряка інновацій” повинні бути залучені всі працівники і підрозділи венчурного підприємства. Особистісними характеристиками персоналу мають бути творчість й креативність. “Вітряк інновацій” – це всеохоплююче управління якістю, що включає всі аспекти та послідовні етапи інноваційної діяльності підприємницької структури, увесь інноваційний ланцюг, що представлений на рис. 1.

Діяльність “вітряка інновацій” має відбуватися в рамках стандартів системи управління якістю, тобто: залучення всіх співробітників організації до діяльності з покращення якості, підвищення кваліфікації працівників-інноваторів; орієнтація на споживача; провідна роль керівника венчурного підприємства та застосування ним системного підходу до управління; отримання зразків щодо управління якістю, контакт між першою та другою стороною (постачальник – споживач), затвердження або реєстрація, що їх проводить друга сторона, сертифікація або реєстрація, що здійснює третя (незалежна) сторона; мінімізація ризиків; процесний підхід; постійне покращення; взаємовигідні ділові відносини з контрагентами.

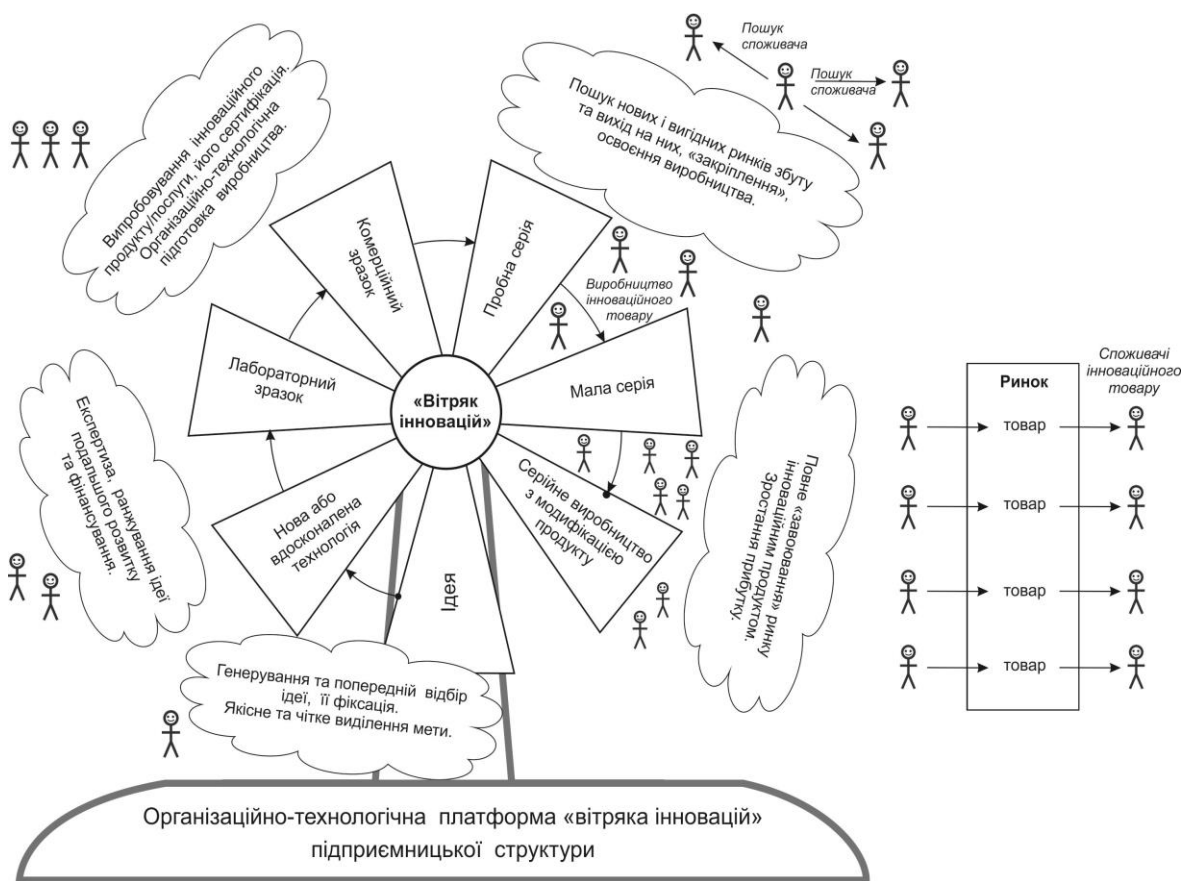


Рис. 1. Організація дії “вітряка інновацій” підприємницької структури за процесами інноваційної діяльності (розробка авторів).

В умовах жорсткої конкуренції, гарантії якості роблять вирішальний внесок щодо вибору споживачем інноваційної продукції/послуги тієї чи іншої підприємницької структури. Однією з таких гарантій і є наявність у підприємства (компанії, фірми) сертифікату на відповідність стандарту. Наявність сертифікату – це, перш за все, візитна картка інноваційного підприємства, яка гарантує, що всі інноваційні процеси, які відбуваються на підприємстві контролювані його управлінцями [2, с. 86].

Запропонований нами “вітряк інновацій” демонструє життєвий цикл інноваційного продукту/послуги. Він є базовим для всіх можливих створюваних новинок на венчурному підприємстві. “Вітряк інновацій” будь-якого успішного інноваційного проекту за життєвий цикл робить один оберт з моменту зародження ідеї до масового (комерційного) виробництва інноваційного продукту та появи даного продукту на ринку інновацій [3, с. 129]. Постійне перебування в русі “вітряка інновацій” говорить про наявність в ньому потужної рушійної сили на зразок розвинутої інноваційної інфраструктури, “дорожньої карти” створення інноваційного продукту/послуги та служби експлуатації, НТП, прагнення

учасників інноваційного бізнес-процесу до отримання максимального прибутку, конкуренції на ринку інновацій.

Інституціональне середовище, яке складається з неформальних обмежень, сприяє становленню особливих венчурних структур – мереж і хабів, похідних від цього середовища. Прикладом тут можуть слугувати інноваційні хаби, що створюються на спільній базовій технологічній платформі. Як зазначають окремі дослідники, інституціональне середовище з низьким рівнем інституціональної довіри, але з високою міжособистою персоніфікованою довірою, сприяє розвитку різних гібридних структур. Щоб отримати довіру працівника-інноватора, підприємницька структура повинна “зв’язати” себе певними принципами, обіцяючи (у явній чи неявній формі) керувати ними при просуванні під час непередбачених (ризикових) обставин.

Інституціоналізація взаємовідносин під час капіталовкладень в інноваційні проекти сприяє формуванню довіри, що ґрунтується на очікуванні надійності. Ця надійність проявляється в різних формах, втілюється в репутації й базується на інвестиційно привабливому іміджі підприємницької структури. Довіра обумовлюється потребою економічних агентів взаємодіяти з метою отримання вигод, тобто максимізації своєї загальної корисності і ґрунтується на їх семантичній та інноваційній активності [4, с. 215].

Набір таких принципів і є організаційною культурою. Підприємницькі структури сфери інновацій, що сформували високу організаційну культуру, одержують істотні вигоди у довгостроковій перспективі. На наш погляд, інституціональні можливості і довіра забезпечують сприйняття та реалізацію нововведень й формують інноваційне середовище підприємства, як один з компонентів його інноваційного потенціалу.

Література

1. Краус Н. М. Інституціоналізація інноваційної економіки: глобальні та національні тенденції : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня докт. економ. наук: спец. 08.00.01 “Економічна теорія та історія економічної думки” / Н. М. Краус. – К.: Знання, 2017. – 40 с.

2. Kraus N. M. The market of innovations: factors, incentives, obstacles and perspectives for effective functioning / N. M. Kraus, K. M. Kraus // *The USV Annals of Economics and Public Administration*. – 2016. – Vol. 16. – Issue 1 (23). – С. 85–91.

3. Краус Н. М. Які зміни несе в собі “Індустрія 4.0” для економіки та виробництва? / Н. М. Краус, К. М. Краус // *Збірник наукових праць. Формування ринкових відносин в Україні*. – 2018. – № 9 (208). – С. 128–136.

4. Краус Н. М. Українсько-російсько-англійський термінологічний словник з економічної теорії: слов. для студ. ВНЗ / Н. М. Краус, К. М. Краус; ВНЗ Укоопспілки “Полтав. ун-т економіки і торгівлі”. – К.: Центр учбової л-ри, 2015. – 326 с.