

- відсутність необхідної інформації для прийняття стратегічних рішень в розробки стратегічних планів; як наслідок, спостерігається низький рівень обґрунтованості планових документів;
- відсутність альтернативних планів;
- недостатнє використання науково-методичного арсеналу управління: сценаріїв і методів ситуаційного підходу;
- слабо розвинена система поточного аналізу, контролю та коригування стратегічних планів;
- догматична гіперболізація значення цифрових показників;
- недосконала система стимулювання працівників, які беруть участь у розробці та виконанні стратегічних заходів;
- недостатній рівень організаційного, соціально-психологічного та фінансового забезпечення стратегічного управління.

Багато управлінців думають, що немає потреби вирішувати проблеми на перспективу, а краще займатися поточними перепонами. Це найважливіша помилка. Саме стратегічне мислення та стратегічне управління є найважливішими чинниками успішного виживання фірми у конкурентній боротьбі. Відсутність орієнтирів, місії і цільової спрямованості розвитку організації роблять підприємство безперспективним.

Отже, основним завданням переважної більшості вітчизняних підприємств є побудова системи стратегічного управління підприємством, яке сприяло б підвищенню їх рівня конкурентоспроможності.

Список використаних джерел літератури:

1. Немцов В.Д. Стратегічний менеджмент: [навчальний посібник] / В.Д.Немцов Л.С. Довгань. — К.: ЕксОб, 2001. — 560 с.
2. Гапоненко А.Л. Стратегическое управление: [учебник] / А.А. Гапоненко, А.П. Панкрухин. — М.: ОМЕГА-Л, 2006. — 463 с.
3. Пастухова В.В. Розвиток теорії та практики стратегічного управління в Україні / В.В. Пастухова // Вісник КНТЕУ. — 2006. — №2. — С. 25–30.

Лазаренко Юлія Олександрівна

к.е.н., доцент кафедри менеджменту ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»
lazarenko.yuliia@gmail.com

ВІДКРИТІ ІННОВАЦІЇ: КЛЮЧОВІ МОЖЛИВОСТІ І РИЗИКИ ДЛЯ МАЛОГО ІННОВАЦІЙНОГО БІЗНЕСУ

Лазаренко Юлія

**ОТКРЫТЫЕ ИННОВАЦИИ: КЛЮЧЕВЫЕ
ВОЗМОЖНОСТИ И РИСКИ ДЛЯ МАЛОГО
ИННОВАЦИОННОГО БИЗНЕСА**

Lazarenko Yuliia

**OPEN INNOVATION: KEY
OPPORTUNITIES AND RISKS FOR
SMALL INNOVATIVE BUSINESSES**

Досвід країн-інноваційних лідерів західної Європи свідчить про те, що розбудова сучасної економіки знань відбувається під впливом активних процесів трансферу знань і ноу-хау. Інноваційний розвиток підприємницького сектору пов'язаний із застосуванням дієвих механізмів обміну знаннями з метою розширення інформаційної бази, що використовується для генерації ідей і комерціалізації нововведень, а також із активізацією міжфірмової кооперації у сфері трансферу знань і технологій.

Сучасні економічні реалії доводять перспективність інтерактивних моделей інноваційного процесу (*interactive models of innovation*) які, на відміну від традиційних лінійних моделей,

передбачають розширення міжфірмової кооперації та встановлення взаємозв'язків між різними суб'єктами інноваційної діяльності – використання таких форм співпраці здатне не лише забезпечити обмін досвідом, навичками і компетенціями, а й допомогти інноваційним компаніям диверсифікувати джерела знань та одержати доступ до нової інформації як технічного, так і ринкового характеру [1]. В інтерактивних інноваційних процесах мережева взаємодія учасників інноваційної екосистеми, що сприяє залученню зовнішніх інформаційних джерел, є однією з визначальних передумов результативної і ефективної інноваційної діяльності.

Наразі однією із актуальних інтерактивних моделей організації інноваційної діяльності є практика відкритих інновацій (*open innovation*), яка передбачає розвиток внутрішніх інноваційних процесів компанії за рахунок активізації її взаємодії із суб'єктами зовнішнього середовища [2].

Дослідження має на меті узагальнення теоретичних аспектів концепції відкритих інновацій, а також визначення ключових можливостей і потенційних ризиків впровадження відкритих інноваційних процесів у вітчизняному секторі малих інноваційних підприємств.

Вихідним положенням концепції відкритих інновацій є ідея вільного обміну знаннями, ноу-хау і високими технологіями, відповідно до якої компанії можуть використовувати зовнішні джерела винаходів і технологій задля створення інновацій, а також відкривати доступ до власних ідей і розробок, щоб одержати максимальний ефект від реалізації інноваційних проєктів. Отже, за логікою відкритих інновацій для сучасної компанії основне джерело її інноваційного потенціалу знаходиться поза межами самої організації [3].

За офіційними даними в Україні інноваційна активність зосереджена передусім у корпоративному секторі. Так, за даними обстеження Державної служби статистики України упродовж 2014–2016 рр. найвищий рівень інноваційної активності спостерігався серед компаній із чисельністю працюючих понад 250 осіб (39,6 % від загальної кількості обстежених підприємств), при цьому частка інноваційно активних малих підприємств є майже утричі нижчою та складає усього 14,8 % [4].

Саме великі компанії володіють достатнім обсягом фінансових ресурсів для втілення масштабних інноваційних проєктів, а також здатні застосовувати сучасні маркетингові технології з метою ринкового просування інноваційної продукції. Для більшості вітчизняних малих підприємств є характерним обмежений ресурсний потенціал, окрім цього має місце відсутність необхідних знань, фахових компетенцій і накопиченого досвіду для провадження інноваційної діяльності на постійній основі. У цій ситуації відкрита міжфірмова кооперація та інтеграційна взаємодія дозволить малим інноваційним підприємствам отримати додаткові переваги, серед яких варто відзначити такі: відкритий інноваційний простір здатен забезпечити ефективне функціонування вхідних і вихідних інформаційних потоків, що є основою «банку даних» перспективних інноваційних ідей; поєднання досвіду, знань і фахових компетенцій декількох суб'єктів у процесі розробки та комерціалізації нововведень дозволяє знизити ринкову й технологічну невизначеність; розширені можливості доступу до новітніх технологій забезпечують базу для створення продуктивних і процесових інновацій, а також їх успішного ринкового просування.

Реалізація практики «відкритої» інноваційної взаємодії пов'язана із низкою проблем, серед яких варто виокремити: труднощі щодо пошуку відповідних партнерів та організації міжфірмової співпраці, неспроможність налагодити ефективну систему комунікацій між компанією і суб'єктами зовнішнього середовища, потенційний ризик втрати наявних знань, управлінських рішень і ключових компетенцій, значні обсяги витрат на координацію, можливість втрати контролю над об'єктами інтелектуальної власності.

Напрямки подальших досліджень можуть охоплювати вивчення передового зарубіжного досвіду щодо реалізації моделі відкритих інновацій, його адаптації до економічних умов України та вдосконалення на цій основі теоретичних основ управління відкритими інноваційними процесами у вітчизняних організаціях.

Список використаних джерел

1. Jon Arild Johannessen, (2009). A Systemic Approach To Innovation: The Interactive Innovation Model. – Kybernetes. – Vol. 38. – Issue: 1/2, pp. 158-176, <https://doi.org/10.1108/03684920910930330>
2. Chesbrough, H. Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology. Boston: Harvard Business Press. – 2006. – 272 p.
3. Пріоритетні напрямки реалізації відкритих інновацій в Україні / Д. Черваньов, Л. Названова // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. – 2012. – Вип. 136. – С. 4–8. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKNU_Ekon_2012_136_3
4. Обстеження інноваційної діяльності в економіці України за період 2014–2016 років. – [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України, 2017 // Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/express/expr2017/05/85.zip>

Бутенко Дар'я Сергіївна

к.е.н., доцент кафедри підприємницької діяльності, Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця, butenko.hneu@gmail.com

Болобан Андрій Костянтинович

студент 1 курсу магістратури, факультету менеджменту і маркетингу Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця

ПРОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ ЯК РІЗНОВИД ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Бутенко Дарья, Болобан Андрей
ПРОДВИЖЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННОГО
ПРОДУКТА В СЕТИ ИНТЕРНЕТ КАК
РАЗНОВИДНОСТЬ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Butenko Dariya, Boloban Andriy
INTERNET PROMOTION OF
INFORMATION PRODUCT AS THE
TYPE OF ENTREPRENEURSHIP

Інтеграційні процеси в Україні посилили значимість питань пов'язаних з розвитком підприємницької діяльності, одним з напрямків якої є активізація інтернет-бізнесу. Проблему осмислення взаємин між традиційною та інтернет-економікою присвячено чимало досліджень як в Україні, так і за кордоном. Проте, ряд питань досі залишається без відповіді, зокрема, проблеми класифікації і термінології. Йдеться про те, що, з одного боку, відсутні загальноприйняті критерії віднесення підприємств до суб'єктів традиційної або інтернет-економіки [1; 2], а з іншого – у фаховій літературі такі терміни, як «інформатизація», «інформаційний продукт», «просування інформаційного продукту» не трактуються по різному.

Згідно Закону України «Про Національну програму інформатизації», інформатизація – це сукупність взаємопов'язаних організаційних, правових, політичних, соціально-економічних, науково-технічних, виробничих процесів, що спрямовані на створення умов для задоволення інформаційних потреб громадян і суспільства на основі створення, розвитку і використання інформаційних систем, мереж, ресурсів та інформаційних технологій, які побудовані на основі застосування сучасної обчислювальної та комунікаційної техніки [3].

Метою інформатизації є поліпшення якості життя людей за рахунок підвищення продуктивності праці та полегшення її умов. Економічною основою інформаційного суспільства є галузі інформаційної індустрії – телекомунікаційна, комп'ютерна, електронна, які розвиваються швидкими темпами, виявляючи вплив на всі галузі економіки. Відбувається інтенсивний процес формування світової «інформаційної економіки», що полягає в глобалізації інформаційних, інформаційно-технологічних і телекомунікаційних ринків, виникненні гігантів інформаційної індустрії, перетворенні електронної торгівлі в повноцінний і більш ніж просто конкурентоспроможний вид бізнесу [1, 2].