

Лохман Н. В., к.е.н., доцент
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТВОРЕННЯ ІННОВАЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВІ

У статті розглянуто питання інформаційного забезпечення створення інновацій на підприємстві. Визначено, що створення інновацій на окремому підприємстві може бути здійснено двома шляхами: шляхом генерації ідей власно на підприємстві та шляхом пошуку і долучення інновацій ідей із зовнішнього середовища. Враховуючи мету дослідження, запропоновано блок-схему інформаційного забезпечення пошуку і генерації інновацій на підприємстві, надано характеристику ключових блоків цього процесу.

Ключові слова: інновації, інформація, підприємство, інформаційна платформа, пошук і генерація інновацій.

The article deals with the issues of information support for the creation of innovations in the enterprise. It is determined that the creation of innovations in a separate enterprise can be accomplished in two ways: by generating ideas in the enterprise and by searching for and adding innovations of ideas from the external environment. Taking into account the purpose of the research, a block diagram of information support for the search and generation of innovations at the enterprise is proposed, the key blocks of this process are described.

Key words: innovations, information, enterprise, information platform, search and generation of innovations.

В статье рассмотрены вопросы информационного обеспечения создания инноваций на предприятии. Определено, что создание инноваций на отдельном предприятии может быть осуществлено двумя путями: путем генерации идей собственно на предприятии и путем поиска и добавления инноваций идей из внешней среды. Предложена блок-схема информационного обеспечения поиска и генерации инноваций на предприятии, охарактеризованы ключевые блоки этого процесса.

Ключевые слова: инновации, информация, предприятие, информационная платформа, поиск и генерация инноваций.

Вступ. Інновації потрібно розглядати не як самоціль, а як інструмент стимулювання зростання й розвитку. Активізація інноваційного розвитку вітчизняних підприємств забезпечить сприятливі умови для їх конкурентоспроможності і матиме позитивний вплив на економічне зростання країни. Для самих підприємств інновації сприятимуть отриманню додаткових конкурентних переваг, зростанню рентабельності, створенню їх позитивного інноваційного іміджу, що, у свою чергу, сприятиме підвищенню їх ринкової вартості та залученню додаткових інвестицій. Для держави активізація інноваційної активності підприємницького сектора пришвидшуватиме економічне зростання [1, с. 15].

Створення інновацій передбачає його поетапне здійснення, що має на меті оптимізувати процес від прийняття рішення до отримання остаточних результатів з урахуванням вимог ринку та можливостей підприємства [2, с. 365].

Розглядаючи процес створення інновацій на підприємстві неможливо обійти такий його елемент, як інформаційне забезпечення створення інновацій. Протягом останніх років, коли значно розширився інформаційний простір, активізувалися і інноваційні процеси. Цей вплив є об'єктивним і потребує наукового обґрунтування та практичних розробок, тим часом незважаючи на достатньо велику увагу з боку науковців та практиків до цього питання процес інформаційного забезпечення створення інновацій на підприємстві потребує розвитку.

Аналіз останніх досліджень. Питанням інформаційного забезпечення інноваційного процесу на підприємстві присвячено роботи багатьох сучасних вчених. Серед вітчизняних вчених вагомий внесок у дослідження цього питання зробили: М.В. Римар, Н.В. Ликун, О.О. Захаркін, М.Є. Рогоза, М.В. Чорна, С.В. Глухова, В.В. Зянько К.О. Бояринова та інші.

На думку Захаркіна О.О., інформаційна складова є невід'ємною частиною інноваційного процесу на підприємстві [3, с. 278].

Ряд авторів, таких як М. Є. Рогоза, К. Ю. Вергал, визначають інформаційне забезпечення інновацій як складову інноваційного потенціалу підприємства [4, с. 36].

Автори М. В. Чорна, С. В. Глухова вважають що інформація є базою інновацій на підприємстві [5, с. 64]. Ряд авторів вважають, що інформаційні технології виступають основним джерелом економічного зростання в рамках інноваційної політики [6, с. 277].

Бояринова К.О. та Костюк А.К. відносять низький рівень аналітично-інформаційної бази підприємства до чинників, що стримують інноваційний розвиток підприємств України [7].

Як бачимо, у роботах цих авторів приділяється увага інформаційному забезпеченню інновацій на підприємстві. Однак чітких відповідей на питання щодо інформаційного забезпечення створення інновацій на підприємстві немає, насамперед, це стосується інформаційного забезпечення пошуку і генерації інновацій на підприємстві.

Методика досліджень. Теоретико-методологічною та інформаційною основою дослідження є наукові розробки вітчизняних вчених з проблем інформаційного забезпечення створення інновацій на підприємстві.

Вирішення поставлених у статті задач здійснено з використанням наступних методів: аналіз і синтез (для обґрунтування теоретичних положень і практичних рекомендацій), табличний (для представлення конкретних результатів дослідження), графічний (для представлення блок-схеми інформаційного забезпечення пошуку і генерації інновацій на підприємстві);

формалізації (при розробці моделі інформаційної платформи інновацій на підприємстві).

Постановка завдання. Основним завданням статті є розробка та характеристика етапів інформаційного забезпечення створення інновацій на підприємстві.

Результати досліджень. Створення інновацій на окремому підприємстві може бути здійснено двома шляхами: генерація ідей власно на підприємстві та пошук і долучення інноваційних ідей із зовнішнього середовища, яке сформує інноваційний клімат. І в першому і в другому випадках процес створення інновацій має базуватися на достатній і об'єктивній інформації щодо пошуку і інтерпретації інновацій. Організація інформаційного забезпечення пошуку і генерації інноваційних ідей на підприємстві надана на рисунку 1.

Згідно рисунку 1, процес інформаційного забезпечення створення інновацій на підприємстві слід почати з прийняття рішення про самостійність генерації інноваційної ідеї. Якщо підприємство приймає рішення щодо самостійної генерації інновацій (створення інформаційної площини власних інновацій – рисунок 2), то, по-перше, на підприємстві необхідно створити умови для пошукових досліджень (сформувати інноваційний потенціал: кадри, технології, інвестиції тощо); далі слід визначити зміст, джерела і методи інформаційного забезпечення створення інновацій (цей етап є визначальним і реалізується залежно від специфіки діяльності підприємства, виду інновацій, яка створюється, інвестиційних можливостей, стратегічних пріоритетів тощо); наступним кроком необхідно розробити та реалізувати план інформаційного забезпечення генерації інновацій (цей план має інтегрувати та координувати усі дії та ресурси щодо питань інформаційного забезпечення); останнім кроком має здійснюватися оцінка ефективності інформаційного забезпечення пошуку і генерації інноваційних ідей шляхом аналізу актуальності, достовірності, повноти, релевантності отриманої інформації.

Якщо підприємство приймає рішення пошуку і долучення інноваційних ідей із зовнішнього середовища, тоді процес інформаційного забезпечення слід почати з підготовки і представлення результатів досліджень інноваційного клімату: оцінка стану мікро- та макроклімату інновацій, а саме, досліджується інформаційна площина загальнодоступних інновацій, інформаційна площина комерціалізованих інновацій, інформаційна площина прихованих інновацій (рисунок 2); далі необхідно проаналізувати отримані результати за допомогою визначених методів (на предмет цінності та доступності долучаємих інновацій); наступним кроком має бути прийняття рішення про вид інновацій залежно від інформаційної активності підприємства і інформаційних джерел інновацій (таблиця 1), цей крок має відповісти на питання: наскільки сильною є інформаційна активність підприємства в рамках інноваційного клімату та в якій інформаційній площині здійснюється пошук інновацій. Останнім кроком інформаційного забезпечення залучення інновацій із зовнішнього середовища є оцінка ефективності інформаційного забезпечення пошуку і генерації інноваційних ідей.

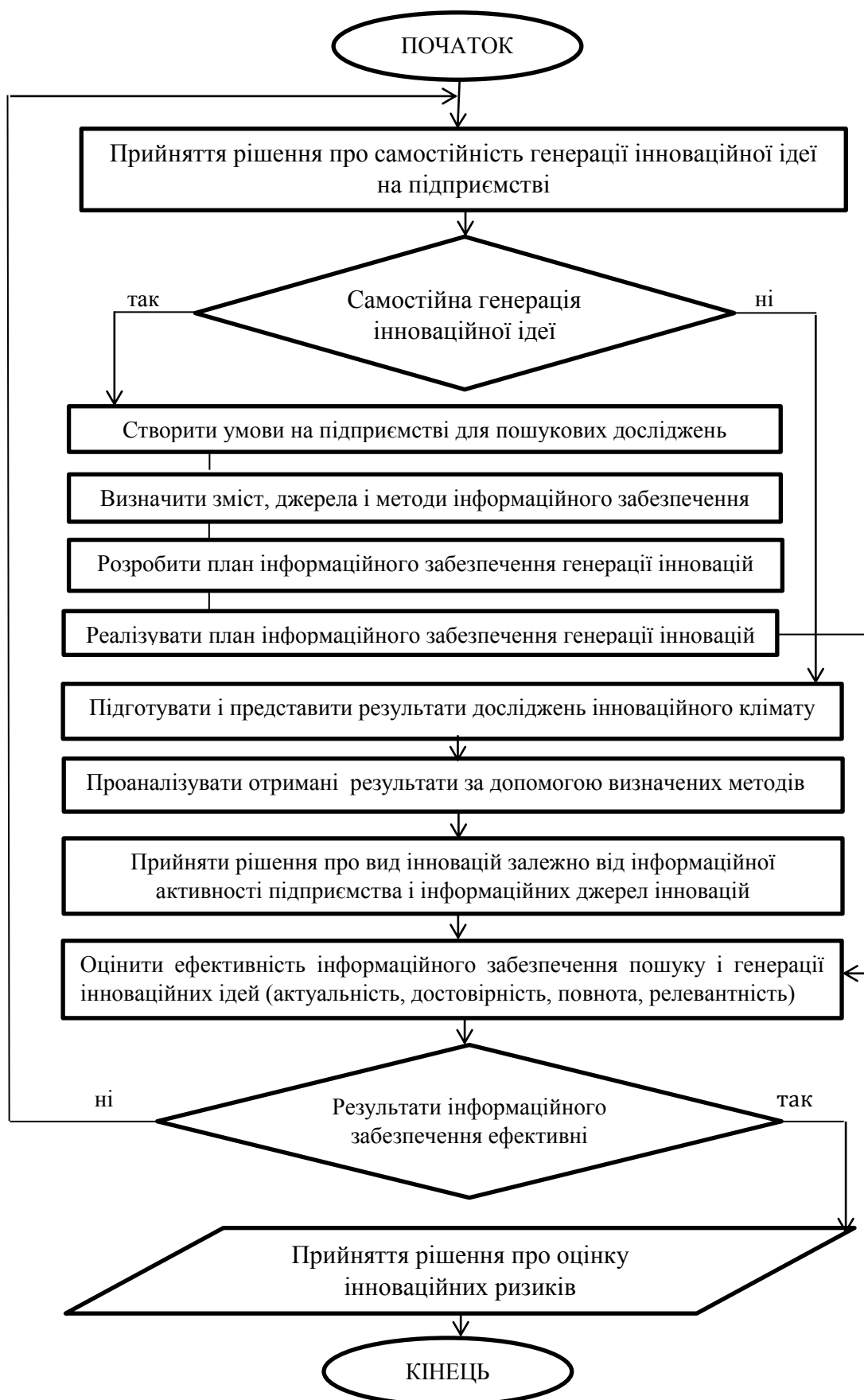
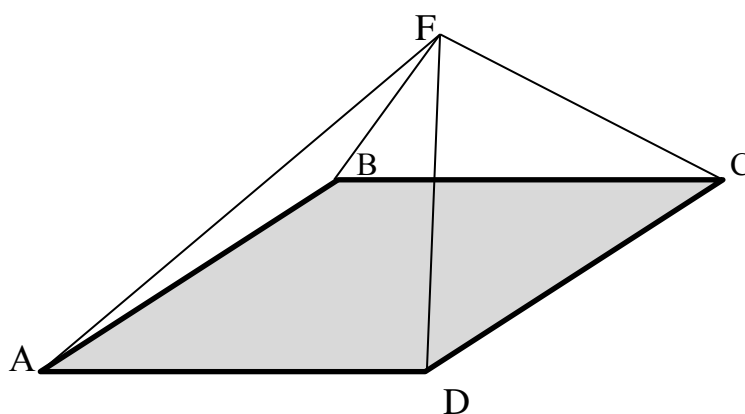


Рис. 1. Блок-схема інформаційного забезпечення пошуку і генерації інновацій на підприємстві

Джерело: складено на основі [8, 9, 10].

В рамках реалізації процесу інформаційного забезпечення пошуку і генерації інновацій слід оцінити ефективність результатів цього процесу (інтелектуальна, комерційна, іміджева тощо). Якщо зазначена ефективність є позитивною, то наступним етапом інформаційного забезпечення інновацій має стати оцінка інноваційних ризиків, якщо зазначена ефективність є негативною, то підприємству слід повернутися на перший етап інформаційного забезпечення пошуку і генерації інновацій на підприємстві. Як було зазначено вище, підприємство може створювати інновації або власними силами, або долучати інновації із зовнішнього середовища. Також підприємство може застосовувати і перший і другий підхід відносно різних інновацій. В будь-якому випадку результатом інформаційного забезпечення створення інновацій на підприємстві є інформаційна платформа інновацій (рисунок 2).

Як видно з рисунку 2, інформаційна платформа інновацій на підприємстві може бути сформована за рахунок інформаційної площини власних інновацій (пошук і генерація інноваційних ідей на самому підприємстві), інформаційної площини загальнодоступних інновацій (інформація про інновації у вільному доступі: наукові та прикладні видання, Internet, державні та галузеві програми, міжнародна підтримка в рамках інновацій), інформаційної площини комерціалізованих інновацій (трансфер технологій; консалтинг; франчайзинг; інжиніринг; придбання патентів, ліцензій тощо), інформаційної площини прихованих інновацій (бенчмаркінг інновацій конкурентів, промисловий шпіонаж, інновації з інших високотехнологічних пріоритетних галузей економіки).



де, ABCD – інформаційна платформа інновацій,
AFD – інформаційна площина власних інновацій,
ABF – інформаційна площина загальнодоступних інновацій,
CDF – інформаційна площина комерціалізованих інновацій,
BCF – інформаційна площина прихованих інновацій.

Рис. 2. Модель інформаційної платформи інновацій на підприємстві.

Для систематизації інновацій в залежності від інформаційних джерел інновацій на підприємстві та інформаційної активності підприємства пропонуємо наступні види інновацій (таблиця 1).

Таблиця 1.

Матриця видів інновацій в залежності від інформаційних джерел інновацій на підприємстві та інформаційної активності підприємства

Інформаційна активність підприємства (важливість інновацій)	Інформаційні джерела інновацій на підприємстві (доступність інновацій)			
	Площина інформації щодо власних інновацій	Площина інформації щодо загальнодоступних інновацій	Площина інформації щодо комерціалізованих інновацій	Площина інформації щодо прихованих інновацій
Висока	Інтенсивні інновації	Іміджеві інновації	Пріоритетні інновації	Інноваційний вброс
Середня	Розвиваючі інновації	Пересічні інновації	Ключові інновації	Повзучі інновації
Низька	Достатні інновації	Дифузійні інновації	Другорядні інновації	Ігноровані інновації

Інформаційна активність характеризує важливість інновацій для підприємства яка і залежить від системи управління інформацією, контролю якості інформації, рівня мобілізації інформаційного ресурсу, впровадження нових інформаційних технологій, швидкості реакції на зовнішню інформацію, зацікавленості фахівців в поліпшенні інформаційних процесів тощо, може бути оцінена на підприємстві як висока, середня та низька.

Інформаційні джерела інновацій на підприємстві характеризують доступність інформації і мають охоплювати різні інформаційні площини, які представлені на рисунку 2. Кожне підприємство при прийнятті рішення про інформаційне забезпечення створення інновацій має оцінити свою інформаційну активність (важливість інновацій) та визначити інформаційні джерела інновацій (доступність інновацій), а далі обрати один або декілька видів інновацій (інтенсивні інновації, розвиваючі інновації, достатні інновації, іміджеві інновації, пересічні інновації, дифузійні інновації, пріоритетні інновації, ключові інновації, другорядні інновації, інноваційний вброс, повзучі інновації, ігноровані інновації), ці види інновацій мають стати стратегічним орієнтиром в процесі генерації або пошуку інновацій на підприємстві.

Висновки. Створення інновацій на окремому підприємстві може бути здійснено двома шляхами: генерація ідей власно на підприємстві та пошук і долучення інноваційних ідей із зовнішнього середовища, яке сформує інноваційний клімат. І в першому і в другому випадках процес створення інновацій має базуватися на достатній і об'єктивній інформації щодо пошуку і інтерпретації інновацій.

Інформаційне забезпечення створення інновацій базується на процесі інформаційного забезпечення пошуку і генерації інновацій на підприємстві; призване створити інформаційну платформу інновацій на основі долучення

інновацій з різних інформаційних площин; забезпечує визначення видів інновацій задля встановлення стратегічних орієнтирів при створенні інновацій за критеріями доступності інформації та важливості інновацій. Враховуючи завдання дослідження, запропоновано блок-схему інформаційного забезпечення пошуку і генерації інновацій на підприємстві, надано характеристику ключових блоків цього процесу. Розроблено модель інформаційної платформи інновацій на підприємстві; обґрунтовано матрицю видів інновацій в залежності від інформаційних джерел інновацій та інформаційної активності підприємства.

Перспективами подальших досліджень є визначення стратегій інформаційного забезпечення інновацій на підприємстві та розробка алгоритмів формування та реалізації інформаційного забезпечення інновацій з урахуванням економічної та ринкової складової розвитку підприємства з метою організації ефективної інноваційної діяльності.

Список використаних джерел

1. Филук Г.М. Бар'єри на шляху інноваційного розвитку вітчизняних промислових підприємств та їх подолання / Г.М. Филук // Економіка і регіон.: ПолтНТУ, 2015. -№4 (53) – С.14-18
2. Римар М.В. Етапи та принципи здійснення інноваційної діяльності підприємства / М.В. Римар, Н.В. Ликун // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Проблеми економіки та управління. – 2012. – № 725. – С. 360-365
3. Захаркін О. О. Інноваційна діяльність підприємства: теоретичний аспект // Проблеми економіки. Економіка та управління підприємствами, 2013. - № 4. - С.274-280
4. Рогоза М. Є. Стратегічний інноваційний розвиток підприємств: моделі та механізми : монографія / М. Є. Рогоза, К. Ю. Вергал. – Полтава : РВВ ПУЕТ, 2011. – 136 с.
5. Чорна М. В. Оцінка ефективності інноваційної діяльності підприємств : монографія / М. В. Чорна, С. В. Глухова. – Харків : ХДУХТ, 2012. – 210с.
6. Зянько В. В. Інноваційне підприємництво: сутність, механізми і форми розвитку: монографія / В. В. Зянько. – Вінниця: УНІВЕРСУМ – Вінниця, 2008. – 397 с.
7. Костюк А. К. Інноваційний розвиток підприємств: економічні умови, проблеми та перспективи / Костюк А. К., Бояринова К. О. // Актуальні проблеми економіки та управління : збірник наукових праць молодих вчених, 2011. – Вип. 5. – С. 30–33.
8. Мельник І.Ю. Інноваційний процес: наукові підходи та проблеми реалізації / І.Ю. Мельник, К.О. Бояринова // Актуальні проблеми економіки та управління. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://probleconomy.kpi.ua/ru/node/257>

9. Малюта Л.Я. Особливості моделювання інноваційних процесів на підприємстві / Л.Я. Малюта // Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. - 2012. - Вип. 8(2). - С. 166-173. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/aprer_2012_8%282%29_29

10. Котко О. К. Теоретичні аспекти інноваційного розвитку як динамічного процесу якісних змін економіки / О. К. Котко, Н. В. Осадча // Управління розвитком. - 2015. - № 2. - С. 49-59. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uproz_2015_2_10

УДК: 331.5: 338.45: 621: 330.322 (477.64 – 2)

Маказан Є. В., к.е.н., доцент
Запорізький національний університет

ПОКАЗНИК ПОВЕРНЕННЯ НА ІНВЕСТИЦІЇ В ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ НА ПРИКЛАДІ ПІДПРИЄМСТВА ПАТ «МОТОР СІЧ»

Стаття присвячена дослідженню методу оцінки інвестицій у людський капітал за допомогою використання універсального методу розрахунку віддачі від інвестицій ROI (return on investment – повернення на інвестиції), що застосовується майже в усіх сферах бізнесу. У статті пропонується спосіб інтерпретації та розрахунку універсального показника повернення на інвестиції ROI для оцінки ефективності вкладень у людський капітал.

Ключові слова: людський капітал, оцінка людського капіталу, інвестиції, інвестиції у людський капітал, повернення на інвестиції, підприємство

The article investigates the method of investments into the human capital by using the universal method of calculating the return on investment (ROI) which is applied almost in all spheres of business. The article offers the method of interpretation and calculation the universal indicator return on investment (ROI) for the assessment of the investment efficiency in the human capital.

Key words: human capital, human capital evaluation, investments, human capital investments, return on investment, enterprise

Статья посвящена исследованию метода оценки инвестиций в человеческий капитал посредством использования универсального метода расчета отдачи от инвестиций ROI (return on investment – возврат на инвестиции), который применяется почти во всех сферах бизнеса. В статье предлагается способ интерпретации и расчета универсального показателя возврата на инвестиции ROI для оценки эффективности вложений в человеческий капитал.

Ключевые слова: человеческий капитал, оценка человеческого капитала, инвестиции, инвестиции в человеческий капитал, возврат на инвестиции, предприятие