

JEL D22, O31

ЧАБАН Віталій

кандидат економічних наук,
професор кафедри бізнес-економіки та
підприємництва,
КНЕУ імені Вадима Гетьмана,
Україна, Україна
ORCID 0000-0002-4353-4374

ЧАБАН Галина

кандидат економічних наук,
доцент кафедри фінансів, обліку і
оподаткування, «Університет Григорія
Сковороди в Переяславі», Україна
ORCID 0000-0001-5359-316X

e-mail: pokeragro3@gmail.com

Vitaly CHABAN,

PhD in Economics
Professor of the Department of Business
Economics and Entrepreneurship,
Vadym Hetman Kyiv National University of
Economics, Ukraine

e-mail: halynachaban2@gmail.com

Galina CHABAN,

PhD, Assistant Professor of Finances,
Accounting and Taxation Department, Hryhorii
Skovoroda University in Pereiaslav, Ukraine

**ІННОВАЦІЙНА ПОВЕДІНКА
ПІДПРИЄМСТВ: СУТНІСТЬ ТА
ФАКТОРИ ВПЛИВУ**

**INNOVATIVE BEHAVIOR OF
ENTERPRISES: ESSENCE AND
FACTORS OF INFLUENCE**

Анотація: Висвітлено сутність та ознаки інноваційної поведінки підприємств. Проаналізовано фактори впливу на інноваційну поведінку підприємств.

Ключові слова: інноваційна поведінка, інноваційна активність, інноваційна діяльність, фактори, підприємство.

Abstract: The essence and signs of innovative behavior of enterprises are highlighted. Factors influencing the innovative behavior of the enterprise were analyzed.

Keywords: innovative behavior, innovative activity, innovative activity, factors, enterprise.

Інновації в сучасних умовах є одним із ключових чинників розвитку підприємств. Вони втілюються у вигляді нових або поліпшених виробів, технологій, обладнання, матеріалів, джерел енергії, поліпшення організації праці і управління, підвищення кваліфікації працівників. Тому інноваційна поведінка підприємств є головним засобом забезпечення їх конкурентоспроможності та фінансової стабільності.

Метою роботи є дослідження сутності інноваційної поведінки підприємств та факторів які на неї впливають.

Слід відмітити, що поняття «інноваційна поведінка» остаточно не устоялося і в науковому обороті використовується досить рідко та часто застосовується як синонім понять «інноваційна діяльність» і «інноваційна активність». Розглянемо детальніше зазначенні поняття. Сутність поняття «інноваційна активність» полягає в тому, що за її допомогою оцінюється характер інноваційної діяльності. Інноваційна активність - це характеристика поведінки підприємства в сфері інноваційної діяльності і виражається в параметрах інтенсивності, швидкості реакції, різноманітності, частоті і обсягах робіт пов'язаних з інноваційною діяльністю. Закон України «Про інноваційну діяльність» трактує інноваційну діяльність як діяльність, що спрямована на

використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів і послуг [1]. Слід зазначити, що в багатьох визначеннях має місце ототожнення понять «інноваційна діяльність» та «інноваційний процес».

В загальному сенсі поведінка будь якої системи – це сукупність реакцій на зовнішні подразники [2]. На сьогодні зростає схильність економічних систем до переходу в нестабільний, хаотичний стан. Інноваційну поведінку слід вважати реакцією підприємств на зростання хаотичності умов зовнішнього середовища. Інноваційна поведінка полягає в пошуку можливих шляхів зміни умов внутрішнього і зовнішнього середовища в майбутньому, в прискоренні вигідних для себе змін і використанні їх на свою користь шляхом розробки і впровадження інновацій. Розрізняють види інноваційної поведінки за таким ознаками: за стратегією НДДКР (новатори, імітатори); за стратегією адаптації інновацій (наступальна, захисна, імітаційна); за участю в етапах життєвого циклу інновацій (участь в усіх етапах, в декількох, в одному).

Загальними ознаками інноваційної поведінки підприємств може слугувати здійснення тих чи інших видів інноваційної діяльності (розробка продукту, процесу, випуск нової продукції на ринок, придбання технологій та ін.). Інноваційна поведінка підприємств проявляється в реалізації ними інноваційних проектів. Ознаками інноваційної поведінки можуть бути показники, які враховують при статистичних дослідженнях: наявність витрат на НДДКР; придбання об'єктів інтелектуальної власності (патенти, ліцензії, патентування власних об'єктів інтелектуальної власності); впровадження технологічних, маркетингових, організаційних інновацій. Отже, головними ознаками інноваційної поведінки підприємств є новизна діяльності, наявність змін, отримання економічної вигоди. Автор теорії інноваційного розвитку Й. Шумпетер не розрізняв поняття інноваційна і підприємницька поведінка та зазначав, що підприємцю притаманний особливий вид економічної поведінки: творчість, ініціатива, ризик, авторитет. Підприємці створюють нові, раніше невідомі, комбінації факторів виробництва. Шумпетер розглядав інновації як економічний засіб, застосований підприємцем з метою підвищити свій прибуток. Проте згідно сучасних досліджень інноваційна поведінка не є обов'язковим елементом підприємництва [3].

Інноваційний тип поведінки на відмінну від інших характеризується таким ознаками: новаторськими цілями діяльності, інноваційними результатами розвитку порівняно з попередніми етапами, а також порівняно з діяльністю конкурентів. Завдяки інноваційній активності є можливість на короткий термін зайняти домінуюче положення в обраних напрямках діяльності, доки в нішу не зайшли конкуренти. Для проведення наступальних дій потрібна сукупність внутрішніх і зовнішніх умов які дозволять забезпечити інноваційну направленість. На інноваційну поведінку підприємств впливають зовнішні та внутрішні фактори. До внутрішніх факторів відносять галузеву приналежність, організаційно-правову форму, ринкову позицію. Розмір підприємства сильно корелює з такими факторами, як науково-дослідні роботи, маркетинг, кількість

висококваліфікованого персоналу. Також важливими внутрішніми факторами є наявність фінансових ресурсів, ставлення керівництва і персоналу до інновацій, розвиненість інноваційних мереж. До зовнішніх факторів, що впливають на інноваційну поведінку підприємства слід віднести специфічні фактори розташування (наприклад інфраструктура, ринок праці, послуги), загальне середовище підприємства (продуктивність та розвиток галузі, ринки і розвиток попиту, конкурентоспроможність, глобалізація, регіоналізація, технологічний прогрес), інноваційна та технологічна політика (стимули до поліпшення науково-дослідної роботи).

Зазвичай підприємства без значного інноваційного потенціалу не можуть генерувати помітні інновації, навіть якщо умови в регіоні де вони знаходяться сприятливі. Однак регіональне оточення може допомогти підприємствам реалізувати свій інноваційний потенціал. Факторами регіонального середовища є близькість науково-дослідних інститутів, центрів, наявність на ринку висококваліфікованих науково-технічних працівників, існування вимогливих місцевих споживачів, міжфірмове інноваційне співробітництво. Проте, інноваційна поведінка підприємства залежить більшою мірою від змінних на рівні підприємства, ніж змінних регіонального рівня.

Таким чином інноваційна поведінка підприємств є складним, комплексним та неоднозначним явищем. Для управління даним типом поведінки підприємств необхідно розробити комплекс заходів формалізованих у вигляді інноваційної політики підприємства та єдиної державної інноваційної політики.

Література

1. Закон України. Про інноваційну діяльність від 04.07.2002 № 40-IV <https://ips.ligazakon.net/document/T020040>
2. Овчарська О. Інноваційна поведінки економічної системи: особливості та фактори впливу. Науковий вісник Одеського національного економічного університету. 2015. № 11. С. 175-186. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nv_2015_11_18
3. Koellinger, Ph. Why are some entrepreneurs more innovative than others? Ph. Koellinger. Small Bus. Econ. 2008. №31. P. 21-37.

References

1. Law of Ukraine. About innovative activity from 04.07.2002 № 40-IV <https://ips.ligazakon.net/document/T020040>.
2. Ovcharska O. Innovative behavior of the economic system: features and influencing factors. Scientific Bulletin of Odessa National Economic University 2015. No. 11. P. 175-186. Mode of access: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nv_2015_11_18
3. Koellinger, Ph. Why are some entrepreneurs more innovative than others? Ph. Koellinger. Small Bus. Econ. 2008. №31. P. 21-37.