

Гапак Наталія Мирославівна

кандидат економічних наук, доцент

Ужгородський національний університет, Україна

Бойко Ярослав Миколайович

кандидат економічних наук, доцент

Ужгородський національний університет, Україна

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ РЕГІОНУ

Важливість інновацій, інноваційного розвитку для національної промисловості та економіки в цілому на сьогодні, в добу інформаційних технологій та постіндустріального розвитку суспільства, апріорі є поза будь-яким сумнівом. Вагоме місце в цій системі розвитку у світі посідає концепція трикутника знань та її успішне впровадження в економіках розвинених країн. Саме за рахунок продукування і використання нових знань та втілення їх у вигляді інновацій в освіті, технологіях, організації виробництва, товарах приріст ВВП складає 70-85% [1].

В рамках комплексної наукової теми «Підвищення результативності функціонування трикутника знань в регіоні», яка виконувалася Закарпатським регіональним центром соціально-економічних і гуманітарних досліджень НАН України впродовж 2018-2019 рр., було опитано представників органів місцевого самоврядування, представників бізнесу (які є одночасно і продуцентами, і реципієнтами інновацій), представників закладів вищої освіти та інституцій, що здійснюють наукові дослідження, в Закарпатській області на предмет їхнього бачення сучасного стану функціонування трикутника знань в регіоні, а також взаємозв'язків, які при цьому виникають між його опорними точками (освіта – дослідження – реципієнти інновацій). У ході опитування представників бізнесу щодо їх інноваційного розвитку та проблем, які з цим пов'язані, було опитано 23

підприємства. При аналізі відповідей респондентів було застосовано методи статистичного аналізу – визначення показників структури, зростання, індексний метод, метод ранжування.

Опитування представників бізнесу показало, що:

1) покращення якості продукції практично половина опитаних підприємств вважає найбільш важливим і значимим наслідком запровадження інновацій. Майже 35% підприємств зазначило як важливу характеристику своїх інновацій вищу технологічну досконалість продукції. Разом з тим, про отримання нижчої ціни порівняно з конкурентами відмітило 21,7% підприємств.

2) Впровадження інноваційних процесів/технологій на підприємствах є важливим для них з точки зору якіснішого результату (майже 35% опитаних), вищої ефективності (26%), зростання потужності (17,4%).

3) Як джерело ідеї інноваційного продукту важливими є інформація від засновників чи зарубіжних партнерів (17,4%), власний досвід та дослідження ринку (13%), і зовсім незначною мірою споживачі (4,3%). Джерелом виникнення ідеї інновацій в технологіях були переважно досвід та дослідження ринку (13%) та зарубіжні ринки/партнери (8,7%).

4) Найбільшу роль у забезпеченні важливою та актуальною інформацією щодо запроваджених інновацій відіграли постачальники, формальні і неформальні маркетингові дослідження (по 17,4% відповідей). Консультанти отримали майже 13% відповідей. 8,6% опитаних отримало інформацію від клієнтів і стільки ж від інших підприємств у цій же галузі.

5) Найбільшою поточною потребою в інноваційних продуктах опитані підприємства відзначили кращу якість продукції – 34,8%. По 26% отримали такі потреби, як нижча ціна та вища технологічна досконалість.

6) Найбільшою поточною потребою в інноваційних процесах опитані інноваційні підприємства відзначили якісніший результат (30,4%), зростання потужності (21,7%), більша ефективність (17,4%).



7) На якийсь відгук від університету на потреби в інноваційних продуктах зважили б і чекають лише 39% респондентів. Найбільше від університету підприємства очікують технологічних рішень. Про це в цілому вказало 21,7% респондентів. На другій позиції (17,3%) – задоволення потреби у підборі персоналу та підвищення кваліфікації працівників. 8,7% респондентів очікують від університету ринкової інформації про потреби клієнтів, планування і допомоги у здійсненні досліджень та розвитку, консалтингових послуг.

8) Тільки 30,4% респондентів очікує на який-небудь відгук/допомогу від університету при технологічних інноваціях. При цьому, найбільше вони очікують на задоволення потреби у підборі персоналу, а також ринкової інформації про потреби клієнтів – про це зазначило 17,4% респондентів. На технологічні рішення та підвищенні кваліфікації працівників чекають 8,6% респондентів. 4,3% вказало про допомогу у плануванні, дослідженнях і розвитку.

9) Понад 70% опитаних підприємств не шукали чи не отримували ресурсів з інших регіонів України. Звісно, переважною мірою це стосується підприємств виробничої сфери (до 70% опитаних респондентів виробничої сфери), які, в основному, працюють на давальницькій сировині. Опитані ж підприємства невиробничої сфери, в основному, забезпечуються ресурсами з області. Тільки незначна частка респондентів отримують ресурси з інших областей України. Відносно ресурсу праці лише одне підприємство вказало на зайнятість місцевих трудових ресурсів тільки у межах 50% усіх працівників, інші – залучені з території країни. Тобто, практично всі опитані респонденти упродовж аналізованого періоду (2011-2017 рр.) повністю трудовими ресурсами забезпечені з числа місцевих працівників (тих, які проживають на території Закарпатської області).

10) Понад 40% опитаних підприємств області орієнтовані повністю/переважно на зарубіжні ринки. Це, в основному, підприємства виробничої сфери, які працюють на давальницькій сировині. На регіональні ринки орієнтуються повністю/переважно підприємства невиробничої сфери (понад 30% опитаних).

Отже, виявлені результати свідчать про те, що:

1) характеристики як поточних інноваційних продуктів, так і поточних інноваційних процесів/технологій, за рангом важливості співпадають з відповідними потребами підприємств у інноваціях як продуктів, так і процесів.

2) першоджерелами ідей щодо інновацій як в продуктах, так і в технологіях, переважно є засновники чи зарубіжні партнери, а також власний досвід і дослідження ринку.

3) найбільшу роль у інформаційному забезпеченні інновацій для опитаних підприємств відіграли маркетингові дослідження ринку, консультанти, а також постачальники. Ці позиції також співпали як для інновацій продуктів, так і для інновацій процесів серед опитаних респондентів.

4) на допомогу в інноваціях від університету очікують далеко не всі підприємства, в цілому їх близько третини. При чому, як для інновацій продуктів, так і для інновацій процесів, в основному, очікувані від університету відгуки співпадають. Насамперед, вони стосуються роботи з підбору та підвищення кваліфікації персоналу, ринкової інформації про потреби клієнтів та консалтингових послуг.

На жаль, це призводить до того, що наукові і дослідницькі установи практично серйозно не залучені до комерціалізації своїх інноваційних розробок та взаємовигідної співпраці з бізнесом.

Список джерел:

1. Кушерець В.І. Час знань URL: http://znannya.org.ua/cgi-bin/view.cgi?id=147&cat_id=2&page=7 (дата звернення: 24.03.2020).