

Лекція: Внутрішні інновації проти зовнішніх (спільне створення).

Вступ

Сучасні реалії вимагають від компаній постійного впровадження інновацій, щоб залишатися конкурентоспроможними. Постає питання: чи варто зосереджуватися на внутрішніх інноваціях, використовуючи лише власні ресурси, чи інтегрувати зовнішніх партнерів у процес створення нових рішень? У цій лекції ми розглянемо різні підходи до управління інноваціями, їхні переваги, недоліки та способи їх оптимального поєднання для досягнення стратегічних цілей.

1. Відкриті інновації проти закритих інновацій та краудсорсингу. Переваги внутрішніх та зовнішніх інновацій

Ретроспективний огляд моделей інноваційного процесу дає змогу встановити певні загальні недоліки існуючих моделей, які можуть бути важливими з погляду інтелектуально-інноваційної діяльності вітчизняних промислових підприємств.

По-перше, практично у всіх розглянутих моделях не акцентується увага на інтелектуальній складовій інновацій. На наш погляд, цей недолік є загальним, характерним не тільки для українських підприємств, який, з одного боку, стримує розвиток інноваційної діяльності в зв'язку з недостатнім рівнем правового супроводу інтелектуальних напрацювань творчих особистостей; з іншого, з тієї самої причини – робить акцент на закритих інноваціях, що також стримує розвиток науково-технічного прогресу в світовому співтоваристві.

По-друге, декларація в деяких моделях (наприклад, Г. Чесбро) відкритості інновацій сьогодні не стала достатньою мірою популярною серед промислових підприємств, що пояснюється, на наш погляд, надмірною відкритістю цих моделей і недостатнім рівнем представлення в них можливостей використання закритих інновацій. Зауважимо, що для деяких галузей промисловості (оборона, енергетика тощо) відкриті інновації в принципі не можуть бути пріоритетними для розроблення, дистрибуції та споживання.

По-третє, існуюча модельна база організації інноваційної діяльності переважно напрямлена на продуктово-матеріальні інновації, передбачаючи вихід з інноваційного процесу нової продукції. На думку, паралельно з продукцією не менш важливим є вихід технологічних розробок, для яких також

існує доволі значний (в багатьох випадках зіставний з товарним ринком) трансфертний ринок.

По-четверте, слабкість зовнішньої інноваційної інфраструктури підприємств в більшості випадків примушує їх наукові підрозділи розраховувати тільки на власні можливості. Ці положення, на нашу думку, необхідно покласти в основу сучасної моделі інтелектуально-інноваційної діяльності промислового підприємства. Такого роду модель будують з урахуванням базових умов формування та реалізації можливостей підприємства до розроблення, комерціалізації та впровадження нових продуктів і технологій на основі обґрунтованих параметрів відповідно до сучасних вимог економіки знань та ринку.

Сформулюємо основні вимоги до організаційної моделі інноваційної діяльності на промисловому підприємстві.

1. Інноваційна діяльність повинна забезпечувати фірмі конкурентоспроможність на ринку завдяки своїм динамічним характеристикам: здатності розробляти і впроваджувати нові продукти та технології; здійснювати постійний моніторинг витрат і результатів інноваційної діяльності; гнучко реагувати на наявні виклики зовнішнього середовища.

2. Інноваційна модель повинна бути орієнтована на зростання економічних результатів діяльності промислового підприємства.

3. Вихідним постулатом моделі є ринкові потреби (світові, національні, місцеві).

4. Модель слід будувати за принципами нелінійності, паралельності, гнучкості і перманентності її стадій.

5. Модель повинна бути вільною від авторитарних рішень, що забезпечується наявністю не тільки прямих, а і зворотних зв'язків між стадіями інноваційного процесу.

6. Слід передбачити диверсифікацію різних джерел інновацій. Вибирають джерело інновацій (самостійна розробка, сумісна розробка, ліцензування існуючих розробок і т.п.) за достатньо обґрунтованим економічним критерієм.

7. Модель повинна містити можливості зовнішнього інфраструктурного забезпечення її реалізації, тобто взаємодію підприємства з макросередовищем.

Крауд-технології в даний час активно розвиваються в якості моделі для вирішення будь-якого виду проблем і завдань, що стоять як перед бізнесом, так і перед державою та суспільством в цілому. Краудсорсинг (від англ. Crowd – натовп) – це набір ефективних інструментів, що дозволяють використовувати особисті ресурси індивідумів для розвитку спільної справи (виробництва продукту, розробки і впровадження послуги, вирішення соціальних завдань).

Існують такі види крауд-технологій: краудсорсинг, краудфандинг, краудворкінг, краудрекрутинг та краудмаркетинг. Крауд-технології, зокрема

краудсорсинг можна успішно використовувати в інноваційному менеджменті. Краудсорсинг – це залучення до вирішення тих чи інших проблем інноваційної виробничої діяльності широкого кола осіб для використання їх творчих здібностей, знань і досвіду по типу субпідрядної роботи на добровільних засадах із застосуванням інформаційно-комунікаційних технологій. Він виник з розрахунку на передбачуване бажання споживачів безкоштовно або за невелику ціну поділитися своїми ідеями з компанією, виключно через бажання побачити ці ідеї втіленими у виробництві. Краудсорсинг також використовується для оцінки функціональності або для тестування програмного забезпечення, ігор та веб-сайтів. Ця стратегія корисна для молоді компанії, яка може дослідити приховані помилки до початку комерційного запуску продукту або послуги. Комплекс перспективних технологій і підвищення ефективності краудсорсингу через Інтернет став об'єктом уваги комерційного інтересу ІТ-професіоналів, консультантів, SEO-фахівців, зайнятих пошуковою оптимізацією сайтів. Використання індивідуального і колективного споживчого досвіду, інтелекту і комунікаційного потенціалу сприяє підвищенню конкурентоспроможності товару, бренду.

За рахунок впровадження краудсорсингу підприємство може розв'язати багато завдань. Ефективне управління інноваційним потенціалом підприємства передбачає створення системи управління, яка базується на комплексному розвитку та використанні всіх його складових. Впровадження краудсорсингу створює нові можливості для досягнення цілей підприємства з розвитку інноваційного потенціалу.

Отже, впровадження краудсорсингу відкриває для підприємства нові можливості розробки і сприйняття ідей, інновацій і впровадження їх у практику у вигляді нових технологій, продуктів, послуг, організаційних та управлінських рішень; розвитку інноваційного потенціалу за рахунок використання здібностей широкого кола осіб; зменшення інноваційних ризиків завдяки тісній співпраці між потенційними споживачами інноваційного продукту. Потрібно чітко формулювати мету та цілі інноваційної діяльності підприємства, яких можна досягти за рахунок використання краудсорсингу.

Переваги внутрішніх інновацій:

- Повний контроль: компанія контролює всі аспекти розробки та реалізації.
- Захист інтелектуальної власності: мінімізується ризик втрати технологічних секретів.
- Поглиблене знання процесів: команди краще розуміють внутрішні потреби та обмеження.
- Менші ризики витоку інформації: відсутність необхідності залучати зовнішніх партнерів.

Переваги спільних (зовнішніх) інновацій:

- Швидкість розробки: використання знань і досвіду партнерів скорочує час на створення інновацій.
- Зниження витрат: розподіл витрат між партнерами.
- Доступ до нових ринків: колаборація з партнерами дозволяє охопити більше клієнтів.
- Свіжі ідеї: залучення різноманітних думок і підходів.

2. Вибір партнерів по спільній розробці та фокус розробки інноваційних проєктів.

Партнерський маркетинг – система, яка дозволяє компаніям ефективно просувати свої товари та послуги, використовуючи партнерів та афілійовані ресурси. Це потужний інструмент у сучасному світі онлайн-бізнесу, який дозволяє збільшити охоплення аудиторії та досягти вищих показників продажу.

Ефективні стратегії

Успіх партнерського маркетингу залежить від визначення правильних підходів для його реалізації. Пропонуємо ознайомитися з декількома найефективнішими стратегіями:

- Вибір відповідних партнерів. Визначте свою цільову аудиторію та шукайте афіліатів, які мають подібну чи перехресну з нею. Це допоможе збільшити можливість залучення справді зацікавлених людей, які згодом можуть стати вашими клієнтами.
- Якість контенту та рекламних матеріалів. Надайте партнерам високоякісний та привабливий контент для використання у промоматеріалах. Це можуть бути огляди, відео, статті чи банери. Контент має бути інформативним, переконливим та «чіпляти» цільову аудиторію.
- Індивідуальні пропозиції та акції. Створіть унікальні маркетингові пропозиції та акції для клієнтів, які переходять за партнерськими посиланнями або використовують промокоди. Вони стимулюватимуть клієнтів до покупки й таким чином збільшать ефективність партнерської програми.
- Система мотивації. Її впровадження підтримає активність наявних партнерів і залучить нових. Це може бути підвищена комісія за виконання певного обсягу продажів, бонуси за досягнення цілей або призи для найуспішніших афіліатів.
- Тісна взаємодія із партнерами. Підтримуйте регулярну комунікацію з ними, надавайте їм оперативний зворотний зв'язок та підтримку. Обмін досвідом, спільне планування акцій та навчання дозволяють зміцнити партнерські відносини та досягти вищих результатів.
- Аналіз та оптимізація. Постійно аналізуйте дані та результати партнерської програми. Оцінюйте ефективність різних афіліатів, каналів просування та пропонуванних умов. Це допоможе ідентифікувати сильні й

слабкі сторони стратегії та внести відповідні коригування для оптимізації результатів.

Вибір та застосування відповідних стратегій афілійованого маркетингу дозволяє компаніям розширити свою аудиторію, збільшити продажі й встановити довгострокові та успішні партнерські відносини.

Інноваційний проєкт включає важливі аспекти розвитку та впровадження іноваційних ідей, технологій, продуктів або послуг на ринку з метою досягнення економічних переваг. Його сутність полягає в створенні та реалізації новаторських рішень, що можуть охоплювати різноманітні аспекти, такі як нові продукти, процеси, методи, технології або бізнес-моделі.

Основна мета інноваційного проєкту полягає в впровадженні чогось нового на ринку, що може покращити продуктивність, ефективність, конкурентоспроможність або створити нові можливості для розвитку бізнесу. Відсутність новаторських рішень в господарській діяльності підприємств може призвести до погіршення її економічних показників і, навіть, до виникнення кризових явищ в умовах нестабільного бізнес-середовища. Тут ключовим фактором є здатність підприємства чи галузі до змін і інновацій, що часто визначає їхню здатність пережити кризу». Економічний зміст інноваційного проєкту включає розрахунок економічних показників та потенційних користей, які можуть бути отримані від реалізації проєкту. Це включає оцінку вартості витрат на розробку та впровадження новацій, а також очікувані прибутки, витрати або інші економічні наслідки. Економічний зміст інноваційного проєкту також передбачає аналіз ринкової потреби, потенційного попиту, прогнозування конкурентних переваг та ризиків, а також визначення оптимального фінансового плану для реалізації проєкту.

Узагальнюючи, інноваційний проєкт спрямований на стимулювання розвитку та змін в економіці шляхом впровадження новаторських ідей та технологій, які приносять економічну користь та допомагають зміцнити позиції організації на ринку. Для успішного впровадження інноваційного проєкту необхідно детально проаналізувати всі його аспекти. Перш за все, необхідно провести дослідження ринкових потреб та аналіз потенційного попиту на нововведення. Це допоможе зрозуміти, наскільки інноваційний продукт або послуга буде остання у споживачів та чи зможе задовольнити їх потреби. Далі, важливо провести оцінку конкурентного середовища, аналізуючи, які інші компанії вже присутні на ринку та чим вони відрізняються від запропонованого інноваційного рішення. Це допоможе визначити конкурентні переваги свого проєкту і розробити стратегію яка дозволить зайняти свою нішу на ринку.

Однак, навіть якщо інноваційний проєкт має потенціал та переваги, необхідно врахувати його економічну сторону. Це означає розрахунок вартості розробки та впровадження проєкту, а також визначення очікуваних прибутків і збитків. Ефективне управління фінансовими ресурсами допоможе забезпечити

успішну реалізацію проєкту. Також не слід забувати про соціальний вимір інноваційного проєкту. Нововведення можуть мати вплив на різні соціальні групи та взаємозв'язки у суспільстві. Важливо збалансувати інтереси різних стейкхолдерів та забезпечити позитивний вплив проєкту на спільність. Крім того, етап реалізації інноваційного проєкту вимагає дотримання правових та регуляторних вимог. Підприємство повинно усвідомлювати можливі ризики та зв'язані з ними юридичні питання і розробити стратегію для їх мінімізації.

Успішне впровадження інноваційного проєкту потребує високого рівня організаційного менеджменту та комунікації між всіма структурами компанії. Кожен етап проєкту повинен бути чітко спланований, а кожен член команди має зрозуміти свої обов'язки та внести свій внесок у досягнення поставлених цілей. Усі ці аспекти взаємозв'язані та важливі для успіху інноваційного проєкту. Ретельний аналіз, планування та виконання дозволять підприємству досягти ефективного впровадження інновацій, забезпечити економічну вигоду та зміцнити свою позицію на ринку. Успішний розвиток підприємства вимагає постійних змін і прогресу, а також врахування нових інновацій у промисловості та управлінні. Тому інноваційна діяльність, включаючи розробку та впровадження інноваційних проєктів, є необхідною для будь-якої компанії з метою підвищення її інноваційної активності, отримання прибутку та досягнення позитивних ефектів у сфері економіки, соціального розвитку та технологій.

У загальному розумінні, проєкт – це тимчасова діяльність, спеціально спланована для створення унікальних умов, які приносять вигоду всім зацікавленим сторонам. Інноваційний проєкт передбачає послідовність взаємопов'язаних дій, спрямованих на впровадження нововведень, щоб створити цінність та відповідати місії соціально-економічної системи, враховуючи обмеження з часу, ресурсів та експлуатації продукту проєкту. Основними характеристиками інноваційного проєкту є:

- Ціль, яка є бажаним результатом та досягається протягом визначеного часу;
- Обмеженість в часі для досягнення поставленої мети;
- Унікальність та висока новизна;
- Обмеженість ресурсів.

3. Проблеми з інтелектуальною власністю.

На сьогодні інноваційна та наукова діяльність є основним фактором соціально-економічного розвитку. Із використанням нових технологій виробничий процес прискорюється, нарощуючи свої обсяги виробництва і збільшуючи асортимент виробленої продукції. При цьому спостерігається

економія первинних ресурсів, а також менш негативний вплив виробництва на навколишнє середовище.

Інтелектуальна власність є результатом інтелектуальної, творчої діяльності однієї особи або групи осіб. Особа або група осіб, яка здійснює інтелектуальну діяльність, має право на володіння та розпорядження результатом такої діяльності, що і є правом інтелектуальної власності. Традиційно інтелектуальну власність поділяють на: «авторські та суміжні права» і «патентне право». Об'єктами авторських і патентних прав є результати творчої та інтелектуальної діяльності людини, що і є їх загальною рисою. Відмінність авторського права від патентного полягає в тому, що авторське право регулює відносини у процесі створення й використання різноманітних музичних і художніх творів, наукових праць та інших творів, а патентне право, у свою чергу, сконцентовано на охороні готового винаходу за допомогою патенту, а також на захисті прав комерційних інтересів за допомогою чинного законодавства.

До об'єктів права ІВ належать:

- об'єкти авторського права та суміжних прав;
- об'єкти науково-технічної творчості;
- комерційні позначення;
- торгові марки.

Суб'єктами права ІВ є: творці об'єкта права інтелектуальної власності або особи, які мають права на майно та особи, майнові права яким були передані у спадок чи за договором.

Основою міжнародної системи ІВ є 25 угод, що стосуються захисту прав ІВ, які регулюються Всесвітньою Організацією інтелектуальної власності. На сьогоднішній день Україна приєдналася до 17 договорів та продовжує роботу над приєднанням до інших.

Так само, однією з основних проблем нашої країни у сфері ІВ є проблема з плагіатом. Професійна підготовка судів, які розглядають справи про захист прав інтелектуальної власності, не відповідає належному рівню, що призводить не до вирішення проблеми, а до затягування судових спорів на значний проміжок часу. При цьому законодавством передбачається адміністративна та кримінальна відповідальність за незаконне використання комп'ютерних програм.

Відповідно до ст. 51-2 Кодексу України про адміністративні правопорушення – незаконне використання об'єкта права інтелектуальної власності (літературного чи художнього твору, їх виконання, фонограми, передачі організації мовлення, комп'ютерної програми, бази даних, наукового відкриття, винаходу, корисної моделі, промислового зразка, знака для товарів і послуг, топографії інтегральної мікросхеми, раціоналізаторської пропозиції, сорту рослин тощо), привласнення авторства на такий об'єкт або інше умисне порушення прав на об'єкт права інтелектуальної власності, що охороняється законом, передбачено накладення штрафу від десяти до двохсот неоподатковуваних мінімумів доходів громадян із конфіскацією незаконно

виготовленої продукції та обладнання й матеріалів, які призначені для її виготовлення.

Залишається фактом, що впровадження нових технологій у сучасне життя суспільства грає досить вагомую роль. Розвиток і правильна підтримка інституту ІВ країни є ключовим фактором, який стимулює розвиток інноваційної діяльності, що, у свою чергу, веде до економічного й соціального зростання держави.

У наші дні досконале правове регулювання сфери інформаційних технологій є утопією для України. За даними, які було наведено у статті, Україна є одним із лідерів щодо порушень прав у сфері ІВ. Для захисту прав ІВ потрібна чітко сформована нормативно-правова база.

В умовах глобалізації інформаційного суспільства, захист авторського права вимагає використання новітніх заходів охорони, які повинні йти в ногу з розвитком суспільства. Для вдосконалення нормативної бази, а також для спрощення процедури захисту прав інтелектуальної власності, потрібно впровадження новітніх технологій, таких як ІТ-технології в юриспруденції. Ці технології покликані автоматизувати рутинні задачі для мінімізації часу, який можна витратити на вирішення більш складних завдань.

Прикладом таких програм є програма «Legal tech», яка останніми роками так само почала впроваджуватися на український ринок. Legal tech – галузь бізнесу, що спеціалізується на інформаційно-технологічному обслуговуванні професійної юридичної діяльності й на наданні споживачам юридичних послуг із використанням інформаційних технологій. Також до вітчизняних продуктів відносяться такі програмні забезпечення як: «Karatel» – мобільний додаток, за допомогою якого можна поскаржитися на правопорушення, «OBLAVAbot» – інноваційний сервіс від юридичної фірми Sayenko Kharenko, що допомагає зручно й максимально оперативно скористатися послугами найкращих адвокатів у кримінальних справах.

4. Розуміння цінностей спільної розробки та важливості у споживанні інноваційних проєктів.

Будь-яке суспільство успішно розвивається з досягненням цілей економічного зростання та соціального благополуччя, якщо ключові ціннісні орієнтири визнані і сприйняті взаємодіючими суб'єктами, які виявляють готовність їх втілювати у життя на засадах відповідальності, довіри і партнерства. Завдяки збігу цінностей чи їх узгодженню між суб'єктами виникає певна ідентичність поглядів, єдність думок, а головне — формується підґрунтя для продуктивних спільних дій, орієнтованих на виконання соціально значущих завдань у різних сферах життєдіяльності.

Це є основою формування певного балансу інтересів і відповідальності у суспільстві, а на рівні окремих суб'єктів підприємництва — визначення ієрархії цінностей та утвердження принципів корпоративної ідентичності. У зв'язку з цим цілком закономірним є поширення практики ціннісно-орієнтованого

управління, в основі якого — усвідомлення соціальної значущості ціннісних аспектів будь-якої діяльності. Сучасне суспільство розвивається в координатах широкого спектра різновекторних цінностей, сформованих під впливом політичних, релігійних ідей та економічних традицій. Загальновизнано, що зміна ієрархічної структури фундаментальних цінностей зазвичай є реакцією суспільства на радикальні зрушення у суспільно-політичній та соціально-економічній ситуації в країні, у тому числі внаслідок посилення соціальної стратифікації та змін у рівні життя.

Демократичні цінності домінують у свідомості українських громадян, що підтверджено результатами загальнонаціонального опитування, проведеного центром Ціннісні орієнтири інноваційного розвитку утверджуються у свідомості громадян, практиці управлінської та підприємницької діяльності, громадській активності завдяки досягненням інноваційного характеру у різних сферах суспільного буття, передовсім у сфері економічної діяльності.

Інноваційність середовища, сформованого широким колом активних суб'єктів (управлінські структури, інвестори, суб'єкти підприємництва, вищі навчальні заклади, наукові установи, громадськість) набуває пріоритетного значення. Кожен із зазначених суб'єктів активно впливає на нього, здійснюючи залежно від своїх компетенцій розробку нових технологій та продуктів, фінансування інноваційної діяльності, проведення наукових досліджень чи підготовку кадрів, експертизу інноваційних проєктів тощо.

В узагальненому вигляді найвпливовішими чинниками є:

- цілі, завдання та механізми державної політики інноваційного розвитку, від яких залежить інституційний й інвестиційний клімат, рівень підтримки фундаментальної і прикладної науки, а також наукомістких секторів економіки;

- ментальні особливості громадян країни, специфіка їх світосприйняття та розуміння сучасних глобальних процесів і явищ, пов'язаних з інноваційним розвитком та можливостями його прискорення;

- освітній рівень населення та мотивація до продуктивної трудової діяльності, заснованої на потенціалі креативності і компетенціях, усвідомленому ставленні до необхідності нововведень та модернізації;

- достатня інноваційна активність управлінських структур, бізнесу, освітніх закладів, домогосподарств у сфері продукування і споживання продуктів інноваційної діяльності

Розуміння важливості цінності у споживанні.

- Клієнтоорієнтованість: інновації повинні відповідати реальним потребам споживачів.
- Створення унікальної цінності: інновація має приносити користь, яка перевищує очікування.

- Адаптація: здатність швидко реагувати на зміну потреб клієнтів.

Висновки

Внутрішні та зовнішні інновації є взаємодоповнюючими інструментами для розвитку бізнесу. Вибір між ними залежить від цілей, ресурсів та специфіки ринку компанії. Успішна реалізація інновацій вимагає чіткого розуміння стратегічних пріоритетів, компетенцій партнерів та важливості створення цінності для споживачів. Оптимальне поєднання цих підходів дозволяє забезпечити довгостроковий успіх.

Література

1. Буйницька О. П. Інформаційні технології та технічні засоби навчання: навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 240 с.
2. Жабін А. І. Технологічні трансформації в бібліотеці: від бібліографування до наукометрії. *Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського*. 2015. Вип. 41. С. 346–360.
3. Інформаційні технології та технічні засоби навчання : навч. посіб. для студ. ВНЗ / О. П. Буйницька ; Київський ун-т імені Бориса Грінченка. Київ : Центр учб. л-ри, 2018. 240 с.
4. Рач В. А. Управління проектами: практичні аспекти реалізації стратегій регіонального розвитку: навч. посіб. / В. А. Рач, О. В. Россошанська, О. М. Медведєва; за ред. В. А. Рача. Київ : К.І.С., 2010. 276 с.
5. Управління проектами: навч. посібник / за ред. О. В. Ульянченка та П.Ф. Цигікала. Харків : ХНАУ ім. В. В. Докучаєва, 2010. 522 с.
6. «Управління проектами»: навч. посібник / Уклад.: Л.Є. Довгань, Г.А.Мохонько, І.П.Малик. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2017. 420