

## **МОДЕЛЬ ВІДКРИТИХ ІННОВАЦІЙ: РЕАЛІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ**

Т. А. ПУШКАР, канд. екон. наук, доц.,

доц. кафедри економіки

*Харківський національний університет міського господарства*

*імені О. М. Бекетова, м. Харків*

Становлення новітніх інноваційних моделей в сучасному інформатизованому середовищі базується на активізації процесів формування інформаційного суспільства, що сприяє прискоренню обміну інформації, підвищенню значення інформації та трансформації підходів до використання і отримання інформації.

Концепція відкритих інновацій, яка знайшла своє завершене відображення в працях Г. Чесборо на початку ХХІ століття, сформувала новітнє розуміння інноваційної діяльності та значення відкритого інформаційного простору для її розвитку [1]. Формування інновації як продукту в двох основних секторах – науково-дослідницькому і секторі розробки – в традиційній моделі передбачає, що просування новітньої ідеї від зародження до її реалізації у вигляді інновації відбувається в закритих межах однієї компанії. В традиційній моделі компанія максимально зосереджено на захисті та утриманні новітньої ідеї як в своєму науково-дослідницькому секторі, так і в процесі реалізації даної ідеї в секторі розробки. Такий підхід визначає необхідність спрямування значних коштів як на науково-технічні розробки, так і на утримання та захист своїх ідей [2]. Особливістю традиційної моделі є те, що сектор досліджень значно перевищує за обсягами сектор розробок. У компаніях, які реалізують традиційну модель, інноваційна діяльність повинна враховувати те, що, витрачаючи значні кошти на науково-дослідницькі роботи, лише невелика частка новітніх розробок переходять у сектор розробки і доводиться до вигляду інноваційного продукту для ринку. Значна кількість новітніх ідей досить часто у традиційних моделях, не отримуючи логічного доопрацювання, відправляються на полиці.

Традиційна інноваційна модель, яка вимагає великих коштів при реалізації власних розробок, на даному етапі розвитку національної економіки є надзвичайно вартісною для більшості підприємств України. Побудова інноваційної моделі лише на власних розробках, спрямування значних коштів на утримання і захист своїх ідей, попадання у так зване «замкнуте коло інновацій», коли підприємству для того, щоб утримати конкурентні позиції з інноваційними продуктами, потрібно значну частину отриманих прибутків спрямовувати в сектори науково-дослідницьких робіт і розробки. Це дозволяє отримувати високі прибутки за рахунок інновацій, а потім знову значну їх частину спрямовувати в розробку інновацій для того, щоб утримати конкурентні позиції і отримати високі прибутки. Розірвати дане коло і максимально підвищити ефективність власних інноваційних розробок дозволяє сучасна модель відкритих інновацій.

Сприйняття концепції, що новітня ідея може у будь-який момент і на будь-якому етапі піти з компанії і отримати свій розвиток та реалізації в іншій компанії формує новітнє розуміння інформації для інноваційної діяльності. Вміння отримувати ідеї з відкритого інформаційного простору, використовувати і доопрацьовувати їх до готового для ринку інноваційного продукту, стає основою успішної інноваційної моделі в глобалізованому інформаційному просторі. Відкриті інновації в умовах обмежених коштів, які можливо спрямувати на власні науково-дослідницькі роботи, можуть надати нового стимулу інноваційній діяльності підприємств України. Важливим моментом є те, що модель відкритих інновацій, відходячи від принципу утримання ідеї у власній компанії, підвищує значення інших постачальників новітніх ідей, зокрема сектору академічної науки, а також ідей, які можуть надходити від споживачів продукції.

Отже, формування новітнього інформаційного простору, реалізації моделі «Відкриті інновації – 2.0», яка проголошена ЄС, концепція підвищення відкритості науки та активізації трансферу знань, які в процесі інтеграції в ЄС, починає реалізовувати Україна, надають широкі можливості для підприємств України в отриманні новітніх ідей, які можуть перерости у інноваційні продукти.

#### **Література:**

1. Chesbrough H. W. (2003) Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology. Boston, Massachusetts: Harvard Business School Press.
2. Чесборо Г. Открытые бизнес-модели. IP-менеджмент / Пер. с англ. В.Н. Егорова. Москва : Поколение, 2007. 336 с.

## **КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ГОРОДА: ИНТЕГРАЛЬНЫЙ ПОДХОД**

Л. А. РАДИОНОВА, канд. филос. наук, доц.,  
доц. кафедры философии и политологии

А. Н. САПЕГА, студентка

*Харковский национальный университет городского хозяйства  
имени А. Н. Бекетова, м. Харків*

Конкуренция, соперничество – естественное проявление активности человека, универсальный принцип практически в любой сфере человеческой деятельности. Проблема в том, что теорию и практику конкуренции, конкурентных отношений монополизировала экономическая наука и в современном понимании она представляется только как необходимый атрибут рыночного механизма, рыночных отношений. Такое узкое понимание конкуренции уже не работает, когда мы пытаемся оценить конкурентоспособность города, региона. С более широких, интегральных подходов конкуренцию должна осваивать социология, исследуя социальную жизнь, социальные, внеэкономические факторы. Если конкуренция находит