

Гудзь О. Є., д.е.н., професор  
Шавловський П. В., аспірант

Дем'янець В.В., магістр  
Державний університет

інформаційно-телекомунікаційних технологій

## ГАРМОНІЗАЦІЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

*В статті уточнено сутнісне наповнення, мета, завдання, складові підсистеми, функціональні елементи інноваційної політики телекомунікаційних підприємств, визначено особливості її гармонізації в умовах цифровізації, окреслено специфіку мікро та макро інструментів інноваційної політики, здійснена оцінка інноваційної політики телекомунікаційних підприємств та обґрунтовано доміанти гармонізації інноваційної політики телекомунікаційних підприємств в умовах цифровізації, які залежать від інтенсивності впливу сприятливих та гальмуючих чинників і їх взаємозв'язку, які в поствоєнний період будуть ефективним засобом конкурентної боротьби, сприятимуть активізації інноваційних цифрових процесів, зниженню витрат, залученню інвестицій, підвищенню іміджу підприємства, охопленню нових ринків, грамотному нівелюванню інноваційних ризиків.*

***Ключові слова:** інновації, інноваційна політика, телекомунікаційні підприємства, гармонізація інноваційної політики, цифровізація, інструменти цифровізації, післявоєнне відтворення.*

**Постановка проблеми.** Нині особливої значимості набувають проблеми гармонізації інноваційної політики, здатної сформулювати передумови для реалізації позитивних цифрових тенденцій розвитку телекомунікаційних підприємств, оскільки сьогодні їх функціонування не можливо уявити без використання цифрових інструментів. Ключовою умовою трансформації телекомунікаційного підприємства у цифрове середовище вважається діджиталізація, тому пріоритетним напрямом стає активізація інноваційної політики, зокрема обґрунтування методів та інструментів впливу на вибір та освоєння цифрових нововведень, створення дієвих стимулів для їх реалізації.

Сучасний розвиток телекомунікаційних підприємств спонукає до врахування умов цифровізації, оскільки сучасні технології трансформують бізнес моделі діяльності, передбачають повну автоматизацію бізнес-процесів з використанням елементів штучного інтелекту. На сучасному етапі цифровізація сприяє комерціалізації інновацій, відповідно, зростає актуальність проблем гармонізації інноваційної політики телекомунікаційних підприємств задля активнішого використання цифрових інструментів та розширення їх діапазону. Вищевказане обґрунтовує доцільність тематики представленої статті.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Проблематика формування і модернізації інноваційної політики підприємств зацікавлено розглядалась багатьма дослідниками, і нещодавно у цьому зрізі почали спостерігатись наукові дискусії щодо умов цифровізації. Так, найбільш цікаві розробки представили такі вагомні вчені, як: А. Айет, Д. Бауден, О. Виноградова, О. Гусева, В. Дергачова, С. Ілляшенко, Л. Лазоренко, С. Синягов, О. Шатілова, Н. Шишук, Л. Федулова, С. Чонг, Michael R. Wade та інші. Велика кількість наукових публікацій з цієї тематики засвідчує зацікавленість дослідників, проте, недостатньо

вивченими залишається низка питань щодо гармонізації інноваційної політики, особливо у контексті діяльності телекомунікаційних підприємств в умовах цифровізації в поствоєнний період відновлення.

**Метою статті** є уточнення сутнісного наповнення, мети, завдань, складових підсистем, функціональних елементів інноваційної політики телекомунікаційних підприємств, визначення особливостей її гармонізації в умовах цифровізації, окреслення специфіки мікро та макро інструментів інноваційної політики, оцінка інноваційної політики телекомунікаційних підприємств та обґрунтування домінант гармонізації інноваційної політики телекомунікаційних підприємств в умовах цифровізації.

*Виклад основного матеріалу.* Умови цифровізації передбачають функціонування телекомунікаційних підприємств у цифровому просторі та широке, активне використання сучасного цифрового інструментарію, що зумовлює необхідність освоєння цифрових інновацій. Фундатором інноваційної теорії вважається Й. Шумпетер, який увів у широкий вжиток саме поняття „інновація”, яка за його переконанням є „не просто нововведенням, а новою функцією виробництва, „новою комбінацією” [6]. Нині, загальноприйнятим є трактування інновації, як прикладного освоєння нового науково-технічного, технологічного, організаційно-економічного, маркетингового чи операційно-виробничого рішення, тобто комерційна реалізація нового рішення. Цікаво, що Занора В.О. розглядаючи поняття творчості та інновацій, обґрунтовує, що „ключовими в цих поняттях, є слова: „концепції”, „нові методи” [1]. Іванова Т.В. стверджує, що, „інновація носить системний характер, призводячи до зміни всіх або декількох елементів організаційно-економічної та соціально-економічної систем підприємства” [3]. Стефанів І. зазначає, що „інновація це сукупність виробничих відносин між суб'єктами ринку з приводу появи нововведення, взаємодій останніх та їх подальшої еволюції” [4], одночасно Юрчук Н.П. переконує, що „інновація є процесом впровадження нововведення і надання його існуванню стабільного характеру” [5]. Захарова О.В. [2] розкрила роль суб'єкта щодо інноваційного процесу, відмічаючи, що „що така роль у інноваційному процесі і творчості у підвищенні конкурентоспроможності та ефективності виробництва, усвідомлені ще не до кінця” [2]. У цьому контексті видається обґрунтованою позиція М. Портера, який відмічав, що „одним із найефективніших методів отримання конкурентних переваг підприємства є використання інновацій”[9]. При цьому, Чонг С. визначає „цифровізацію підприємства як сучасний інноваційний етап його розвитку, в основі якого лежить інтеграція фізичних і цифрових ресурсів у сфері виробництва і споживання. Відповідно цифровізація в цьому значенні характеризується новими методами генерування, обробки, зберігання, передачі інформації в усіх сферах людської діяльності” [7].

Вперше поняття „інноваційна політика” в 1967 році, було введено у широкий вжиток Міністерством торгівлі США у своїй доповіді щодо технологічних нововведень й умов їх освоєння. Пізніше, дефініцію „інноваційна політика”, використовували для означення напряму державного стимулювання інновацій та підтримки інноваційних процесів. З плином часу, інноваційну політику, все частіше окреслювали, як співвідношення принципів, функцій і взаємодоповнюючих засобів щодо планування, стимулу, координації й регулювання інноваційних процесів. При цьому, метою державних органів вважається аналіз завдань інноваційної політики, принципів її імплементації, впровадження механізму реалізації ухвалених рішень та конкретних заходів. Фактично, інноваційна політика підприємства за своєю сутністю має окреслювати напрями стратегічних змін підприємства, що опираються на інновації та які вимагає зовнішнє середовище підприємства. При цьому, визначаючи діапазон потенційних інноваційних можливостей та відповідних рішень, варто, формувати інноваційні стратегії, залежно від шляхів вирішення проблем та генерувати певні умови, які сприятимуть оперативному та результативно реалізувати обрану інноваційну політику підприємства.

Інноваційні стратегії та рішення є важливими для успішної реалізації інноваційної політики підприємства та його динамічного розвитку. Саме тому, вони мають бути зорієнтованими на потреби споживачів та виклики зовнішнього середовища. У цьому зрізі, наголосимо на необхідності врахування передумов інноваційної політики підприємства. Інноваційна політика, як комплексна програма вибору розробки, реалізації, фінансування, освоєння інновацій, ґрунтується на спектрі обґрунтованих цілей, завдань, рішень, що враховують ресурсне, інформаційне компетентнісне забезпечення та чинники опору змінам. Метою формування інноваційної політики вважається сприяння успішному стратегічному розвитку підприємства на інноваційних засадах, через зростання можливостей та підвищення інноваційного потенціалу, що, забезпечить стійкі конкурентні позиції та генерування унікальних конкурентних переваг.

Загальні завдання інноваційної політики підприємства потрібно конкретизувати та доповнити цільовими завданнями інноваційної політики, які необхідно конкретизувати під умови кожного телекомунікаційного підприємства. Цільові завдання інноваційної політики підприємства допомагають виявити взаємозв'язок й конкретизувати функції інноваційної політики підприємства, що дозволить акумулювати синергетичний ефект, який сприятиме активізації інноваційної діяльності, зміцненню інноваційного потенціалу, генеруванню унікальних конкурентних переваг на підприємстві, дасть змогу координувати інтереси усіх контактних аудиторій інноваційного процесу та окреслити головні поведінкові моделі, рішення й заходи щодо визначених цілей і інноваційних стратегій та інноваційного саморозвитку підприємства, підвищення ефективності бізнес-процесів і зростання, конкурентоспроможності в стратегічному горизонті за рахунок освоєння інновацій. Водночас, необхідно окреслити перспективні вектори інноваційного розвитку телекомунікаційного підприємства та передбачити зміни і коливання зовнішнього середовища.

Підсистемами побудови інноваційної політики телекомунікаційного підприємства доцільно визначити: підсистему стратегічного планування, підсистему прогнозування інноваційних ризиків та загроз, підсистему розроблення інноваційних програм і проєктів, підсистему реалізації інноваційних програм та проєктів.

Функціональні елементи інноваційної політики телекомунікаційного підприємства деталізують її, зорієтовуючись на розв'язання проблемних задач у різних функціональних сферах: маркетинговій, науково-дослідній і конструкторській, структурних стратегічних змін, технічній, інвестиційній, фінансовій тощо. Управління пошуком необхідних для освоєння інновацій, виявлення, відбір і обґрунтування інноваційних проєктів вважається прерогативою інноваційної політики телекомунікаційного підприємства.

Дефініція „гармонія” (від грецьк. «*harmoni*») означає стрункість, композицію, домірність та пропорційність. Вона генерується природним і штучним шляхом. Гармонія (збалансована композиція пропорційності) вважається обов'язковою умовою продукування позитивного синергетичного ефекту, оскільки вона підтверджує наявність єдності мети й завдань усіх підсистем і компонентів системи й зорієтованість рішень і дій.

Контур гармонізації інноваційної політики телекомунікаційного підприємства окреслюється складністю, багатоелементністю, динамічністю, ієрархічністю та поліструктурованістю та демонструє її залежність від комунікаційних ланцюгів та наявних і латентних взаєзалежностей усіх контактних аудиторій, специфіки підприємства та особливостей його взаємодій. Для успішної гармонізації інноваційної політики телекомунікаційного підприємства вагоме значення має його ресурсне забезпечення, тобто потужність інноваційного потенціалу. Водночас, важливу роль для успішної гармонізації інноваційної політики телекомунікаційного підприємства в умовах цифровізації відіграють різноманітні інструменти її реалізації. Так, макро-інструменти гармонізації інноваційної політики телекомунікаційного підприємства, визначають: інфраструктурний розвиток, потужність державно-приватного партнерства, інкубаторів, технопарків, стартапів, технополісів тощо; композиційну комфортність інноваційної цифрової екосистеми щодо

освоєння інноваційних цифрових продуктів та послуг; державне субсидування інноваційної активності; створення інноваційних мереж із залученням малих та середніх підприємств; стимулювання інноваційної активності; впровадження програм підтримки цифрових інновацій; пільгове фінансування та кредитування інноваційних процесів тощо.

Мікро- інструменти гармонізації інноваційної політики телекомунікаційного підприємства визначають [7,8]: змістове наповнення інноваційних програм та проектів; методи і технології діагностики й обробки великого масиву даних (Big Data); можливості оптимізації інноваційного циклу; технології цифрового обміну інформаційними даними (EDI – Electronic Data Interchange); прогнозування ризиків, загроз та фінансових наслідків інноваційної політики; хмарні обчислення та технології (Cloud Computing); оптимізацію та диверсифікацію джерел фінансування інновацій; програмні інтегровані продукти (BAS, BAS ERP, Bitrix 24 тощо); обґрунтованість експертизи щодо розробки інноваційних цифрових продуктів чи послуг; інформаційно-комунікаційні цифрові технології, для комунікації незалежно від робочого місця (Zoom, Viber, Telegram, Skype, WhatsApp); регламентації інноваційної діяльності; інтелектуальні технології на основі штучного інтелекту; адаптації інформаційного забезпечення інноваційної політики; впровадження гібридних рішень тощо.

Фактично, умови цифровізації (англ. digital work) передбачають активне використання різноманітних цифрових інструментів для гармонізації інноваційної політики.

Своєчасне дослідження впливу зовнішніх чинників на зміни інноваційного контуру телекомунікаційного підприємства стає вирішальним для гармонізації та розробки результативної гнучкої інноваційної політики, що сприятиме забезпеченню високої конкурентоспроможності й збалансованому розвитку вітчизняних телекомунікаційних підприємств на інноваційній основі та розробці адекватної інноваційної стратегії. Цікаво, що рівень ефективності інноваційної політики, залежить від якості ухвалених рішень та інформаційної забезпеченості. Відмітимо, що вимір ефективності інноваційної політики підприємства зорієнтований на виявлення чинників, які мають вплив на її формування та імплементацію задля виявлення додаткових інноваційних можливостей, ризиків та загроз. Наголосимо, що подібний вимір досить складний і трудомісткий. Проблема зосереджена у тому, що такий вимір неможливо здійснити лише кількісними індикаторами, він потребує якісного виміру, тобто застосування експертних оцінок

За результатами виміру ефективності інноваційної політики телекомунікаційного підприємства визначаються якісні та кількісні зміни інноваційного контуру підприємства та відповідно його інноваційні можливості. Акцентуємо, що чим вище ефективність інноваційної політики телекомунікаційного підприємства, тим більше генерується конкурентних переваг на інноваційній основі. Загалом, представлені у наукових публікаціях [1–9] показники виміру якісних та кількісних змін інноваційного контуру телекомунікаційного підприємства, слід вважати узагальненими, оскільки вони мають формуватися відповідно до специфіки функціонування кожного окремого підприємства. Водночас, наголошуємо, що основою формування показників виміру, має бути комплексний підхід, який буде враховувати усі взаємодії інноваційного контуру на основі обґрунтованого алгоритму.

Рейтингова оцінка приросту фінансово-економічних індикаторів телекомунікаційних підприємств та зміни їх операційних витрат за рахунок інструментів гармонізації інноваційної політики засвідчують їх результативність та обґрунтованість вибору й використання, при цьому оптимальною для телекомунікаційних підприємств, слід вважати агресивну інноваційну стратегію.

Кожному підприємству варто використовувати переваги освоєння цифрових та організаційних інновацій в процесі стратегічних змін його інноваційної політики. Переконані, що телекомунікаційним підприємствам доцільно переглянути наявну модель управління знаннями та перейти на нову модель управління знаннями на основі цифрових інновацій, запровадження якої сприятиме більш ефективній реалізації інноваційної політики. Ключовими стимулами організаційного об'єднання телекомунікаційних підприємств для

активізації інноваційної діяльності у різні організаційні цифрові мережі вважаються примноження ресурсних можливостей та нарощення знань, досвіду і компетенцій.

Новий формат гармонізації інноваційної політики на основі впровадження цифрових та організаційних інновацій передбачає послідовність переходу до обраної траєкторії інноваційного розвитку, що сприятиме активізації й прискоренню темпів інноваційних процесів та забезпечить прогресивний характер інноваційних змін на основі взаємозв'язку та взаємозумовленості інноваційних явищ й цифрових процесів, уникнення суперечностей інноваційного розвитку, підвищенню конкурентоспроможності підприємства залежно від середовища функціонування та врахування нових викликів економічного простору та запитів споживачів

Концептуальна адаптована модель домінант подальшої модернізації формування інноваційної політики підприємства в поствоєнний період будується з врахуванням простору стратегування, його функціональних та часових складових, передбачаючи можливості розвитку інноваційного бізнес-партнерства, відповідну інтеграцію інноваційних потенціалів, управлінські, організаційні та цифрові інновації із декомпозицією інформаційно-комунікаційних коридорів та ланцюгів.

Акцентуємо, що передусім, виявлення домінант подальшої модернізації формування інноваційної політики підприємства в поствоєнний період буде залежати від інтенсивності впливу сприятливих та гальмуючих чинників та їх взаємозв'язку. Однією із домінант гармонізації інноваційної політики телекомунікаційного підприємства в поствоєнний період вважаємо мінімізацію ризиків для цих процесів, оскільки саме ризики окреслюють характер відповідної реакції підприємства на різні зовнішні й внутрішні подразнення й виклики, зумовлюючи певну зорієнтованість дій підприємства та його активність, формуючи мотивацію, установки до їх реалізації і вважаються потужним активатором інноваційних процесів. Заходи мінімізації ризиків гармонізації інноваційної політики в поствоєнний період з визначенням ймовірності негативних впливів, їх вагомості та узагальнюючих наслідків, допоможуть підприємству обґрунтувати відповідні управлінські рішення та побудувати картографовану матрицю додаткових можливостей та загроз гармонізації інноваційної політики в поствоєнний період на основі бізнес-партнерства

Отже, визначені домінанти гармонізації інноваційної політики підприємства в умовах цифровізації в поствоєнний період будуть ефективним засобом конкурентної боротьби, сприятимуть активізації інноваційних цифрових процесів, зниженню витрат, залученню інвестицій, підвищенню іміджу підприємства, охопленню нових ринків, грамотному нівелюванню інноваційних ризиків.

*Висновки.* В статті уточнено сутнісне наповнення, мета, завдання, складові підсистеми, функціональні елементи інноваційної політики телекомунікаційних підприємств, визначено особливості її гармонізації в умовах цифровізації, окреслено специфіку мікро та макро інструментів інноваційної політики, здійснена оцінка інноваційної політики телекомунікаційних підприємств та обґрунтовано домінанти гармонізації інноваційної політики телекомунікаційних підприємств в умовах цифровізації, які залежать від інтенсивності впливу сприятливих та гальмуючих чинників і їх взаємозв'язку, які в поствоєнний період будуть ефективним засобом конкурентної боротьби, сприятимуть активізації інноваційних цифрових процесів, зниженню витрат, залученню інвестицій, підвищенню іміджу підприємства, охопленню нових ринків, грамотному нівелюванню інноваційних ризиків. Зокрема, наголошено, що кожному підприємству варто використовувати переваги освоєння цифрових та організаційних інновацій в процесі стратегічних змін щодо гармонізації його інноваційної політики, а новий формат гармонізації інноваційної політики телекомунікаційних підприємств на основі впровадження цифрових та організаційних інновацій передбачає послідовність переходу до обраної траєкторії інноваційного розвитку, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності підприємства залежно від середовища функціонування та врахування нових викликів економічного простору й запитів споживачів, що сприятиме активізації й прискоренню темпів

інноваційних процесів та забезпечить прогресивний характер інноваційних змін на основі взаємозв'язку й взаємозумовленості інноваційних явищ та цифрових процесів та уникнення суперечностей інноваційного розвитку, водночас, концептуальна адаптована модель доміант гармонізації інноваційної політики телекомунікаційних підприємств в умовах цифровізації має будуватися із врахуванням простору стратегування, його функціональних та часових складових, передбачаючи можливості розвитку інноваційного бізнес-партнерства, відповідну інтеграцію інноваційних потенціалів, управлінські, організаційні та цифрові інновації із декомпозицією інформаційно-комунікаційних коридорів та ланцюгів.

### Список використаних джерел

1. Занора В. О. Проектне управління інноваційним потенціалом та розвитком підприємства. *Економіка. Управління. Інновації*. Серія: Економічні науки. 2019. Вип. 2. С. 34-42.
2. Захарова О. В. Нормативне підґрунтя активізації інноваційного розвитку регіонів України. *Економіка і організація управління*. 2019. Вип. 1. С. 53-63.
3. Іванова Т.В. Інноваційна діяльність підприємств України як фактор підвищення рівня конкурентоспроможності на міжнародних ринках. *Економічний вісник НТУУ «Київський політехнічний інститут»*. 2020. № 17. С. 395- 404.
4. Стефанів І. Інноваційна політика держави. *Світ фінансів*. 2018. № 3 (16). С. 87–93.
5. Юрчук Н. П. Інноваційно-інвестиційна діяльність як основа реалізації концентрації сталого розвитку економіки України. *Агросвіт*. 2019. № 3. С. 53-61.
6. Шумпетер Й. Теорія економічного розвитку: капіталізм, соціалізм і демократія. Харків. Фелікс. 2012. 864 с.
7. Chong, S., 2008. Success in Electronic Commerce Implementation: A Cross-Country Study of Small and Medium Sized Enterprises. *Journal of Enterprise Information Management*. Vol. 21, Issue 5, pp. 468–492. <http://dx.doi.org/10.1108/17410390810904247>.
8. Dergachova, V., Vorzhakova, Yu., Khlebynska, O. (2021). Organization of Business Processes in the Conditions of Digitalization, *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism*. 14, 60-68. (in Ukrainian). <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2021-14-06>
9. Porter M., Millar V. How Information Gives You Competitive Advantage. *Harvard Business Review*, 1985. May. 145 p.

### REFERENCES

1. Zanora V. O. (2019). Proektne upravlinnja innovacijnym potencijalom ta rozvytkom pidpryjemstva [Project management of innovative potential and development of the enterprise]. *Ekonomika. Upravlinnja. Innovaciji. Serija: Ekonomichni nauky*. Vyp. 2, pp. 34-42.
2. Zakharova O. V. (2019). Normatyvne pidgruntja aktyvizaciji innovacijnogho rozvytku rehioniv Ukrajinjy [Regulatory basis for activation of innovative development of regions of Ukraine]. *Ekonomika i orghanizacija upravlinnja*. Vyp. 1, pp. 53-63.
3. Ivanova T.V. (2020). Innovacijna dijalnistj pidpryjemstv Ukrajinjy jak faktor pidvyshhennja rivnja konkurentospromozhnosti na mizhnarodnykh rynkakh [Innovative activity of Ukrainian enterprises as a factor in increasing the level of competitiveness in international markets]. *Ekonomichnyj visnyk NTUU «Kyjivskijj politekhnichnyj instytut»*. # 17 , pp. 395- 404.
4. Stefaniv I. (2018) Innovacijna polityka derzhavy [Innovation policy of the state]. *Svit finansiv*. # 3 (16) , pp. 87–93.
5. Jurcuk N. P. (2019). Innovacijno-investycijna dijalnistj jak osnova realizaciji koncentraciji stalogho rozvytku ekonomiky Ukrajinjy [Innovative investment activity as a basis for the implementation of the concentration of sustainable development of the economy of Ukraine]. *Aghrosvit*. Vol. 3, pp. 53-61.

6. Shumpeter J. (2012). *Teoriia ekonomichnoho rozvytku: kapitalizm, sotsializm i demokratiia* [Theory of economic development: capitalism, socialism and democracy]. Kharkiv. Feliks.
7. Chong, S. (2008). Success in Electronic Commerce Implementation: A Cross-Country Study of Small and Medium Sized Enterprises. *Journal of Enterprise Information Management*, Vol. 21, Issue 5, pp. 468–492. Retrieved from: <http://dx.doi.org/10.1108/17410390810904247>. 7
8. Dergachova, V., Vorzhakova, Yu., Khlebynska, O. (2021). Organization of Business Processes in the Conditions of Digitalization, *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism*. 14, 60-68. (in Ukrainian). Retrieved from: <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2021-14-06>
9. Porter M., Millar V. (1985). How Information Gives You Competitive Advantage. *Harvard Business Review*, 1985. May.

**GUDZ OLENA, SHAVLOVSKYI PETRO, DEMYANETS VLADYSLAV. HARMONIZATION OF THE INNOVATION POLICY OF TELECOMMUNICATIONS ENTERPRISES IN THE CONDITIONS OF DIGITALIZATION.** *The article clarifies the essential content, purpose, tasks, components of subsystems, functional elements of the innovative policy of telecommunications enterprises, identifies the features of its harmonization in the conditions of digitalization, outlines the specifics of micro and macro tools of innovation policy, evaluates the innovative policy of telecommunications enterprises, and substantiates the dominant elements of the harmonization of the innovative policy of telecommunications enterprises in the conditions of digitalization, which depend on the intensity of the influence of favorable and inhibiting factors and their interrelationship, which in the post-war period will be an effective means of competitive struggle, will contribute to the activation of innovative digital processes, cost reduction, investment attraction, improvement of the image of the enterprise, coverage of new markets, competent leveling innovative risks. In particular, it is emphasized that every enterprise should use the advantages of mastering digital and organizational innovations in the process of strategic changes regarding the harmonization of its innovation policy, and the new format of harmonization of the innovation policy of telecommunications enterprises based on the implementation of digital and organizational innovations provides for the sequence of transition to the selected trajectory of innovative development, which will contribute to increasing the competitiveness of the enterprise depending on the operating environment and taking into account new challenges of the economic space and consumer requests, which will contribute to the activation and acceleration of the pace of innovation processes and will ensure the progressive nature of innovative changes based on the interconnection and interdependence of innovative phenomena and digital processes and the avoidance of contradictions in innovative development, at the same time, the conceptual adapted model of the dominant harmonization of the innovative policy of telecommunications enterprises in the conditions of digitalization should be built taking into account the space of strategizing, its functional and temporal components, providing opportunities for the development of innovative business partnerships, the appropriate integration of innovative potentials, managerial, organizational and digital innovations with the decomposition of information- communication corridors and chains.*

**Key words:** *innovation, innovation policy, telecommunications enterprises, harmonization of innovation policy, digitalization, digitalization tools, post-war reproduction.*