

Берсеньєва М.Ю., студент; науковий керівник Дудко П.М., к.е.н.

Київський національний університет технологій та дизайну

ІННОВАЦІЇ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Анотація. В статті відображено особливості сучасного соціально-економічного розвитку українського підприємництва, підкреслена необхідність трансформації промислових підприємств на базі інноваційних перетворень як можливий шлях розвитку. Розкрито поняттєвий апарат категорії «інновація». Зроблено аналіз уявлень про інновації відомих зарубіжних авторів. Доведено необхідність державного управління інноваційними процесами.

Ключові слова: інноваційна діяльність; інноваційний процес; інноваційний менеджмент; інноваційна активність.

Берсеньєва М.Ю., студент; научный руководитель Дудко П.Н., к.э.н.

Киевский национальный университет технологий и дизайна

ІННОВАЦІЇ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Аннотация. В статье отражены особенности современного социально-экономического развития украинского предпринимательства, подчеркнута необходимость трансформации промышленных предприятий на базе инновационных преобразований как возможный путь развития. Раскрыто понятийный аппарат категории «инновация». Сделан анализ представлений об инновациях известных зарубежных авторов. Доказана необходимость государственного управления инновационными процессами.

Ключевые слова: инновационная деятельность; инновационный процесс; инновационный менеджмент; инновационная активность.

Berseniya M.; scientific supervisor Dudko P.

Kyiv National University of Technologies and Design

INNOVATION AS A FACTOR IN THE DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURSHIP

Abstract. This article reflects the features of modern socio-economic development of Ukrainian entrepreneurship, emphasizes the need to transform industrial enterprises on the basis of innovative transformations as a possible development path. The conceptual apparatus of the category "innovation" is disclosed. The analysis of ideas about innovations of famous foreign authors is made. The necessity of state management of innovation processes is proved.

Keywords: innovation action; innovation process; innovation management; innovation activity.

Постановка проблеми. В даний час в умовах ринкової невизначеності та конкуренції діяльність підприємств якісно змінюється. Функціонування підприємства в умовах ринку передбачає пошук і розробку кожним з них власного шляху розвитку.

В умовах сучасної економіки функціонування і розвиток підприємств значною мірою обумовлено роботою їх інноваційного механізму, а також ефективністю реалізованих ними технологічних інновацій. Аналіз господарської практики свідчить про те, що значення інноваційної діяльності для підприємств постійно зростає.

Застосування технологічних інновацій в даний час розглядається фахівцями в області економіки й управління в якості одного з головних умов не тільки виживання, але і стійкого розвитку суб'єктів господарської діяльності. Обґрунтованість такого роду суджень безпосередньо пов'язана з ростом динамізму економічних і соціальних процесів, з наростанням невизначеності та мінливості в розвитку соціально-економічних систем, з орієнтацією на перехід від кількісного до якісного економічного зростання.

Ефективність діяльності суб'єктів що господарюють, можливість досягнення ними сталого розвитку в цих умовах у визначальній мірі стає в залежність від рівня їх інноваційної

активності, масштабу і характеру застосування технологічних інновацій в усіх напрямках діяльності підприємства.

В умовах ринку підприємство повинно постійно здійснювати інноваційну діяльність для забезпечення конкурентоспроможності своєї продукції. Проблема технологічних інновацій є визначальною, оскільки від рівня інноваційної активності підприємства заздорості зростання продуктивності праці, розмір одержуваного прибутку, рівень обсягу продажів тощо. Актуальність і значущість зазначених питань і проблем визначили вибір напрямку дисертаційного дослідження.

Аналіз останніх публікацій та невирішена частина проблеми. Проблеми впровадження інновацій на підприємствах присвячені численні наукові публікації. Це обумовлено все зростаючою роллю технологічних інновацій в досягненні не тільки ефективної діяльності підприємства, але і його сталого розвитку в умовах сучасної економіки.

Фундаментальним дослідженням, спрямованим на розгляд питань, що стосуються суті інновацій, активізації інноваційної діяльності на підприємстві, присвячені роботи зарубіжних і вітчизняних вчених.

Коимбатур Кришнарао Прахалад – індійський економіст, №1 в рейтингу The Thinkers 50. Вважає, що впровадження цифрових технологій і глобалізація радикальним чином змінюють природу кожної фірми. Учений запевняє, що у новій екосистемі бізнесу важливо не володіння ресурсами, а доступ до них. Для вирішення будь-якої проблеми необхідно навчитися залучати ресурси з будь-якої точки світу. Стратегії компаній, орієнтованих на довгостроковий успіх, повинні будуватися з урахуванням розуміння того, що сучасний споживач вимагає до себе індивідуального підходу і більше не готовий миритися з пасивною роллю покупця. Центром діяльності будь-якої компанії стає кожна окрема людина, бере участь у створенні споживчої цінності [13].

Йозеф Алоіз Шумпетер – австрійський і американський економіст, політолог, соціолог і історик економічної думки. Популяризував термін «Креативне руйнування» в економіці. Згідно Й. Шумпетеру економічна динаміка заснована на розповсюдженні нововведень в різних сферах господарського життя. Результатом інновацій є вплив на економічні процеси або безпосередньо на продукцію [9].

Грегори Діз – американський учений, професор, засновник і директор Центру розвитку соціального підприємництва Університету Дьюка. Автор двох книг (англ. *Enterprising Nonprofits* і англ. *Strategic Tools for Social Entrepreneurs*), близько 60 наукових статей, кількості досліджень і методичних розробок в яких показав, як практика підприємництва та інновацій можуть поєднуватися з вирішенням соціальних проблем по боротьбі з бідністю, забрудненням навколишнього середовища тощо [14].

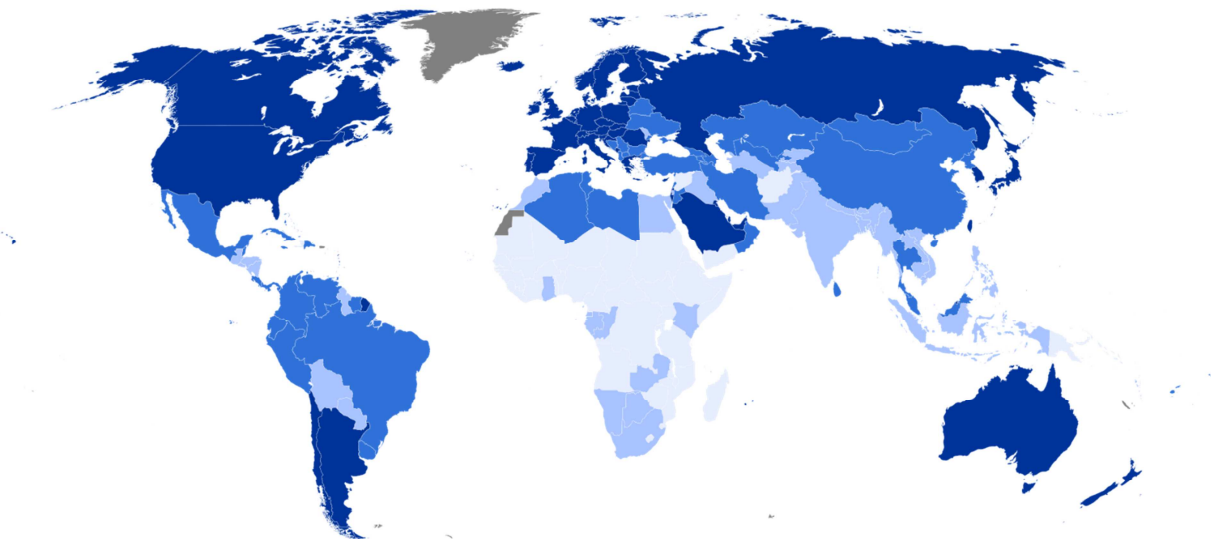
Однак слід зазначити, що ці роботи присвячені, в основному, дослідженню та аналізу зазначеної проблеми в умовах розвинутої економіки і не враховують особливості сучасного етапу розвитку економіки України і відповідно специфіку розвитку підприємств в даній ситуації.

Існуючі підходи до зазначеної проблеми, як правило, акцентують свою увагу на вирішенні окремих питань, пов'язаних з інноваційною діяльністю і її впливом на рівень розвитку підприємства.

У зв'язку з цим виникає необхідність в науковій і практичній розробці даної проблеми; виявлення, аналізу та класифікації чинників, що впливають на інноваційну активність підприємств в сучасній економіці; визначенні методичних основ впливу технологічних інновацій на стійкість підприємства; підготовці рекомендацій з управління інноваційним процесом на підприємстві.

Мета дослідження – проаналізувати як впливають інновації на розвиток підприємництва в умовах сучасної економіки.

Виклад основного матеріалу. Однією з пріоритетних цілей розвинених країн будь-якого ринку світу є забезпечення довготривалого економічного зростання. Мається на увазі виробництво більшої кількості і кращої якості товарів і послуг та, як наслідок, більш високого рівня життя населення (рис. 1).

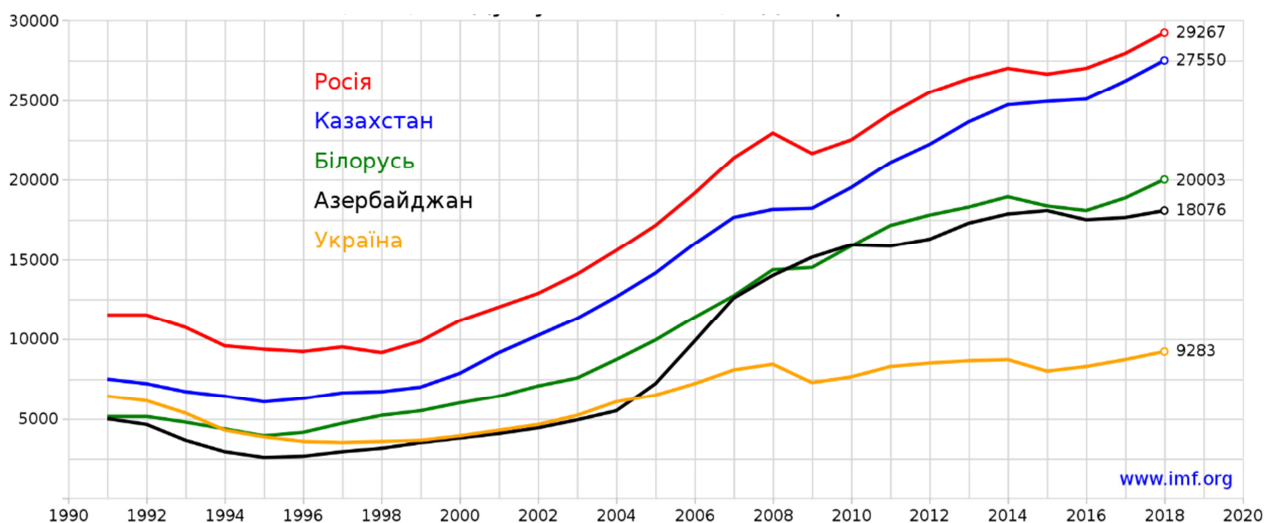


Джерело: [7].

Рис. 1. Мапа світу із вказаним Індексом людського розвитку (ІЛР, станом на 2018 рік). Темніші відтінки синього кольору означають найбільший рівень ІЛР та вказують на розвинені країни

Економічне зростання є результатом успішної діяльності підприємств усіх галузей економіки. Україна перед стратегічним вибором, від якого залежить її економічний розвиток в майбутні десятиліття. Необхідність такого вибору зумовлена як внутрішніми, так і зовнішніми причинами. Українська економіка в останні роки помітно пошавилася, однак знижуються прирости – це свідчить про вичерпання внутрішніх резервів розвитку (рис. 2).

Необхідно ширше використовувати внутрішні джерела економічного зростання, в числі яких інновації.



Джерело: [8].

Рис. 2. ВВП(ПКС) на душу населення, в доларах США

Є і зовнішні чинники, які змушують змінювати стратегію. Розвиток країни протягом останніх двох з гаком століть в процесі технологічної еволюції пройшло 5 хвиль, кожна з яких сформувала певний тип технологічного укладу. Останній, п'ятий уклад почав формуватися з середини 80-х років, його основою стали досягнення в галузі мікроелектроніки, інформатики, біотехнології, генної інженерії, нових видів енергії, в освоєнні космічного простору, супутникового зв'язку (табл. 1).

Таблиця 1

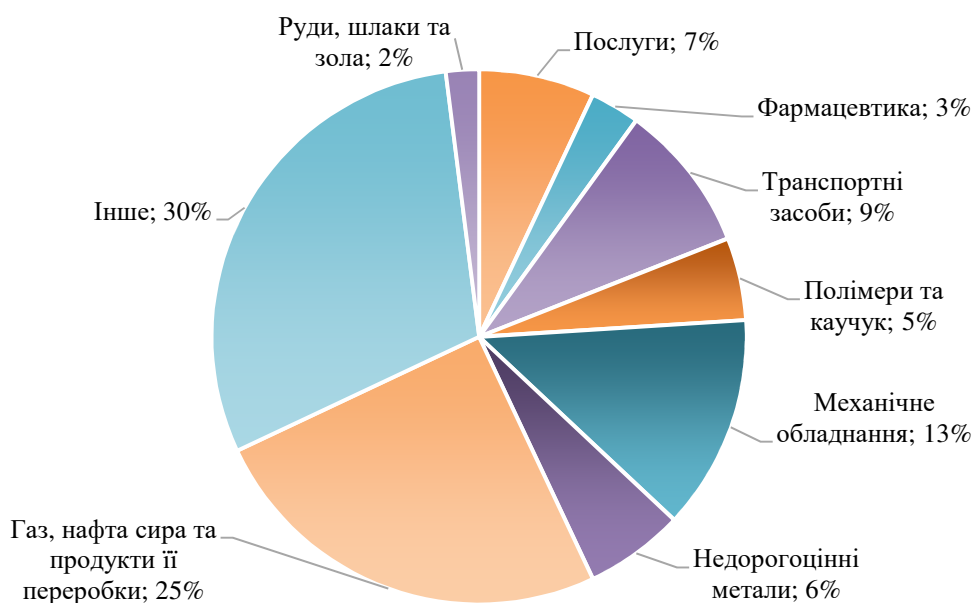
Список технологічних хвиль і устроїв

Номер устрою	Назва устрою	Період	Характеристика устрою
1	2	3	4
I	Початок першої промислової революції	1772 рік	Створення Річардом Аркрайтом прядильної машини "Water frame" і будівництво їм текстильної фабрики в Кромфорді.
II	Епоха пари	1825 рік	Паровоз Locomotion № 1, будівництво залізниці Стоктон-Дарлінгтон.
III	Епоха сталі (друга промислова революція)	1875 рік	Винахід бессемерівського процесу, створення на базі конвертера Бесемера заводу Edgar Thomson Steel Works у Пітсбурзі.
IV	Епоха нафти	1908 рік	Впровадження на підприємствах Форда стрічкового конвеєра, початок випуску автомобіля Ford Model T.
V	Епоха комп'ютерів і телекомунікацій (Науково-технічна революція)	1971 рік	Перше вживання назви "Кремнієва долина", поява першого мікропроцесора Intel 4004.
VI	Нанотехнології	2004 рік	Графен – моношар атомів вуглецю, отриманий в жовтні 2004 року у Манчестерському університеті.
VII	Епоха когнітивних технологій	2060 рік	Удосконалення штучного інтелекту (ШІ) включає в себе дослідження когнітивних явищ в машинах. Однією з практичних цілей для ШІ є реалізація аспектів людського інтелекту в комп'ютерах. Вже комп'ютери широко використовуються також як інструмент управління персоналом.

Джерело: [10].

На цьому тлі почався перехід від розрізнених фірм або навіть транснаціональних корпорацій до єдиної мережі великих і дрібних фірм, з'єднаних електронною мережею, що здійснюють тісну взаємодію в області технології, контролю якості продукції, планування інвестицій. Розвинені країни розробляють шостий технологічний уклад, який буде визначати конкурентоспроможність продукції на світових ринках в 10–20-ті роки XXI століття.

В економіці України простежується наявність одночасно третього, четвертого і п'ятого укладів з переважанням третього і четвертого. Якщо Україна не включиться в процес розробки шостого технологічного укладу, то може виявитися далеко від світового науково-технічного прогресу, під контролем потужних високотехнологічних транснаціональних компаній, буде залишатися постачальником природного сировини і ринком збуту далеко не кращої імпоротної продукції (рис. 3).



Джерело: [1].

Рис. 3. Структура імпорту України за 2018 рік

Одне з головних умов входження України в категорію розвинених країн – активна інноваційна політика в усіх галузях національної економіки і, перш за все, в промисловості (табл. 2).

Таблиця 2

Переважання інноваційного розвитку над екстенсивним та інтенсивним шляхами розвитку в промисловості

Характеристики	Шлях розвитку		
	Екстенсивний	Інтенсивний	Інноваційний
Концепція розвитку	Збільшення обсягів виробництва	Зниження питомих витрат	Збільшення доходів
Тип ринку	Ринок продавця	Ринок продавця і ринок покупця	Ринок покупця
Охоплення ринку	Весь ринок у цілому	Вибіркові сегменти	Вибіркові сегменти і ниші ринку
Конкуренція	Практично відсутня	Переважно цінова	Переважно нецінова
Запити споживачів	Стабільні	Мінливі	Різка диференціація і постійні зміни
Переважаючий тип виробництва	Масове	Серійне	Дрібносерійне й одиничне
Співвідношення витрат на виробництво (ВВ) і збут (ВЗ)	ВВ >> ВЗ	ВВ = ВЗ	ВЗ > ВВ
Частки працівників розумової (РП) і фізичної праці (ФП) у виробництві	ФП >> РП	ФП > РП	РП > ФП
Підхід до управління	Адміністративний	Системний	Ситуаційний

Джерело: [3].

Результатом інноваційної діяльності є інтелектуальний продукт. Інтелектуальним продуктом називають результат діяльності в області духовного виробництва, призначений для задоволення потреб (у товарній або нетоварній формах) його споживачів.

До інтелектуального продукту відносяться:

Науково-технічна продукція, тобто відкриття, гіпотези, теорії, концепції, експортні системи, моделі, винаходи, раціоналізаторські пропозиції, наукові та конструкторські розробки, проекти, дослідні зразки нової техніки, нові вироби;

Продукція інформатики – програми для електронно-обчислювальних машин, бази даних, радіо і телепрограми тощо;

Продукти культури.

Виділяють три типи інновацій: продуктові; технічні та процесні; організаційно-управлінські.

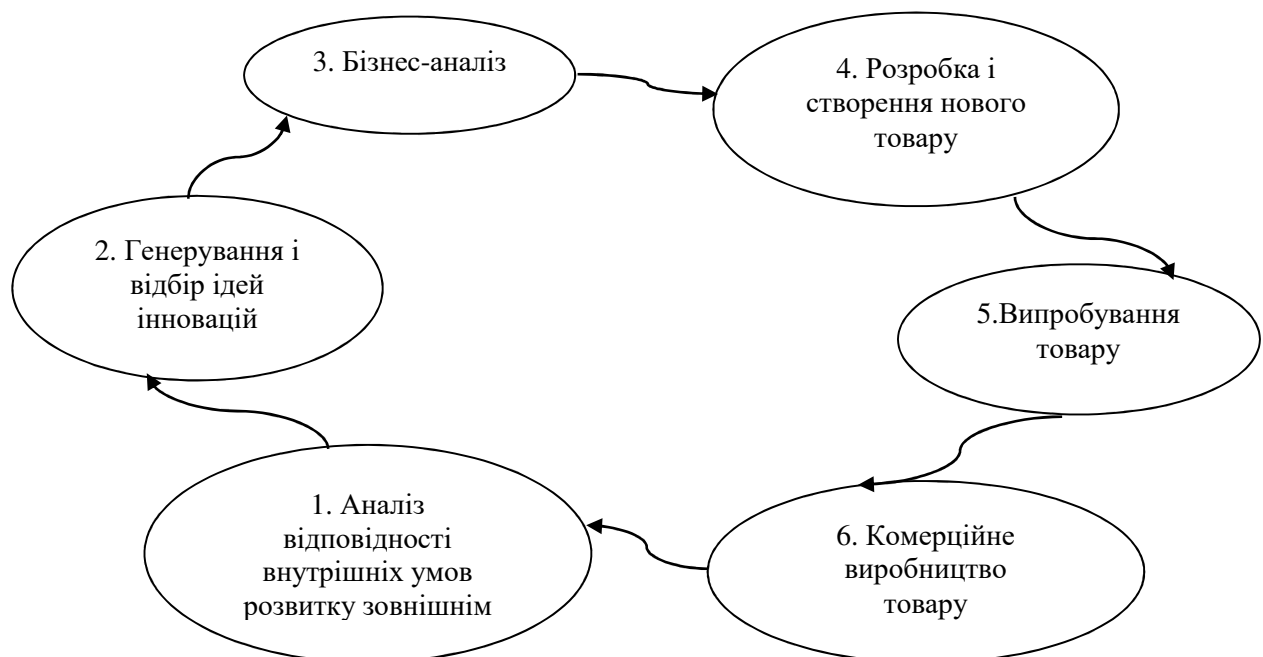
Продуктові інновації є найпоширенішим типом інновацій, при цьому їх характер відрізняється від підприємства до підприємства. Для одних – це повна зміна асортименту або істотне розширення номенклатури, що виходить за межі традиційного профілю, для інших – підвищення споживчих якостей продукції традиційного профілю з урахуванням запитів споживача. Випуск нової продукції здійснюється іноді на старому обладнанні без зміни технології, в інших випадках освоєння нової продукції супроводжується впровадженням нової для підприємства технології та закупівлею відповідного обладнання.

Технічні інновації – це введення в експлуатацію нового обладнання. Ці інновації обумовлені переходом до випуску нової продукції або необхідністю значного поліпшення якості вже випускаються. Процесні інновації дають можливість використовувати нові технологічні процеси для виробництва як традиційних, так і нових товарів.

Організаційно-управлінські інновації покликані супроводжувати освоєння нової продукції. Вони характеризуються організацією нових відділів, підрозділів і служб на всіх рівнях керівництва підприємством. Крім зміни структури управління організаційно-управлінські інновації включають і інші заходи, метою яких є підвищення ефективності і вдосконалення методів управління виробництвом і персоналом. Як управлінських нововведень можуть також розглядатися інновації в соціально-трудої сфері.

Інновації для українських підприємств є головним засобом збереження своїх позицій на ринку.

Життєвий цикл інновацій охоплює 4 етапи (рис.4).



Джерело: [4].

Рис. 4. Схема інноваційного циклу

На першому етапі здійснюються фундаментальні дослідження в наукових організаціях, в результаті яких формуються нові наукові пізнання.

Для другого етапу характерні прикладні та експериментальні дослідження, які мають практичну спрямованість. На даному етапі велика ймовірність отримання негативних результатів, тому розробки нововведень носять нерідко ризиковий характер.

На третьому етапі готується конструкторсько-технологічна документація, а проміжні результати інновацій представляються досвідченими зразками нових виробів, досвідченим використанням нових технологій.

Четвертий етап – комерціалізація нововведення – триває від моменту запуску його у виробництво до появи на ринку в якості товару.

Потреба в інновації в найбільшій мірою актуальна на останньому етапі життєвого циклу товару. Однак створення інноваційного зацепила і постійне впровадження нових розробок є основою успіху діяльності промислових підприємств. В українській практиці підприємства, успішно здійснюють інноваційну діяльність, прагнуть впроваджувати щороку в виробництво і виводити на ринок на менш 2–3 нових розробок. При виведенні продукції на ринок для інноваторів найбільш уразливими залишаються такі види діяльності, як політика ціноутворення і створення каналів збуту. У частині ціноутворення підприємство може керуватися тією чи іншою методологією визначення ціни в залежності від конкретних тактичних завдань просування своєї продукції на ринок і утримання певної його частки.

Інновації на підприємствах носять комплексний характер, різні типи інновацій пов'язані за програмними цілями і результатами впровадження. Комплексні інновації – взаємопов'язані зміни в асортименті продукції, в технології та обладнанні, в організації управління. Виділяють також висхідні (дослідження, що генерують нові знання) і низхідні інновації (розробки продукції для ринку на основі наявних знань).

Вихід українських товарів на світові ринки показує низьку конкурентоспроможність вітчизняних технологій і наукомісткої продукції. Частка наукомісткої продукції в експорті української обробної промисловості складає менше 1%. Частка України в загальносвітовому обсязі торгівлі громадянської наукомісткої продукції оцінюється в 0,3%.

Число інноваційно-активних підприємств промисловості зросло. При цьому інноваційні процеси часто не спрямовані на підвищення конкурентоспроможності українських товарів. Частка інноваційної продукції у випуску промисловості знижується, а збільшення обсягів виробництва відбувається за рахунок тиражування старих зразків.

Отже, комплекс чинників, що стримують інноваційну активність підприємств України – визначено. Перспективою подальших досліджень є вдосконалення організаційно-економічного механізму економічної діяльності у напрямку інноваційного розвитку галузі. Подальший розвиток впровадження інновації в діяльність підприємств легкої промисловості України сприятиме підвищенню ефективності виробництва та їх конкурентоспроможності.

Висновки та пропозиції. Зазначимо, що орієнтація при розробці конкурентної стратегії підприємств на інноваційні чинники розвитку передбачає не тільки інноваційні розробки, результати яких в подальшому стануть об'єктами інтелектуальної власності і підвищать ринкову вартість підприємства, а й використання сучасного обладнання, що відповідає вимогам високої гнучкості і автоматизації виробничих процесів.

Але тільки одного обладнання для виробництва конкурентоспроможної продукції недостатньо. Необхідні також технології, в основі яких лежать інноваційні розробки, і фінансовий та інтелектуальний капітал. Тому підприємство повинно мати у своєму розпорядженні висококваліфікованими кадрами, мати високу ділову репутацію в зовнішньому середовищі. І якщо технології можна створити, а обладнання придбати у відносно короткі терміни, то сформувати висококваліфікований кадровий потенціал значно складніше. На жаль, в даний час в Україні попит на багато інженерно-технічні спеціальності

не задоволений, не вистачає висококваліфікованих управлінців. Проте без висококваліфікованого персоналу повноцінна інноваційна діяльність просто неможлива.

Але інноваційні розробки, як правило, досить тривалі за часом і капіталомісткі за залученими фінансовими ресурсами. Тому важливо повністю забезпечити інноваційний процес ресурсами, в першу чергу інтелектуальними і фінансовими. У свою чергу, фінансові ресурси використовуються ефективно тільки в тому випадку, коли всі елементи конкурентної стратегії підприємства (маркетинг, виробництво, фінанси тощо) збалансовані. Це означає, по-перше, що виробнича стратегія підприємства повинна формуватися виходячи з маркетингової стратегії. При цьому робота організаційно-виробничих структур підприємства не повинна призводити до формування наднормативних запасів готової продукції. По-друге, середньозважена вартість використовуваних підприємством фінансових ресурсів повинна забезпечувати позитивне значення величини ефекту фінансового важеля.

Список використаної літератури

1. Експорт та імпорт України за 2018 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://financer.com/ua/eksport-import-2018>.
2. Івашова Н. В. Інноваційна комунікаційна політика промислових підприємств / Н. В. Івашова // Механізм управління потенціалом інноваційного розвитку промислових підприємств: монографія / за заг. ред. Ю. С. Шипуліної. – Суми: Папірус, 2012. – С. 347–359.
3. Інновації, розвиток конкуренції та економічне зростання [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://studfile.net/preview/5015649/page:4>.
4. Інноваційний процес: етапи, види, фази інноваційного циклу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://studme.com.ua/15290527/investirovanie/innovatsionnyu_protseess_etapy_vidy_fazy_innovatsionnogo_tsikla.htm.
5. Москалюк С. С. Організація управління торговою маркою / С. С. Москалюк // Економіка підприємства: теорія та практика: зб. матеріалів Міжн. наук.-практ. конф. «Бізнес-процеси підприємств» (Київ, 23–24 берез. 2006 р.) / М-во освіти і науки України, Київськ. нац. економ. ун-т ім. В. Гетьмана. – К.: Київськ. нац. економ. ун-т ім. В. Гетьмана, 2006. – С. 90–92.
6. Никулина О. В. Системный подход к управлению инновационным развитием промышленных предприятий [Электронный ресурс] / О. В. Никулина // Современные технологии управления. – 2012. – № 5 (17). – Режим доступа: <http://www.sovman.ru>.
7. Розвинені країни [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%BE%D0%B7%D0%B2%D0%B8%D0%BD%D0%B5%D0%BD%D1%96_%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D0%B8.
8. Список країн за ВВП (ПКС) на душу населення [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BF%D0%B8%D1%81%D0%BE%D0%BA_%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD_%D0%B7%D0%B0_%D0%92%D0%92%D0%9F_\(%D0%9F%D0%9A%D0%A1\)_%D0%BD%D0%B0_%D0%B4%D1%83%D1%88%D1%83_%D0%BD%D0%B0%D1%81%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BF%D0%B8%D1%81%D0%BE%D0%BA_%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD_%D0%B7%D0%B0_%D0%92%D0%92%D0%9F_(%D0%9F%D0%9A%D0%A1)_%D0%BD%D0%B0_%D0%B4%D1%83%D1%88%D1%83_%D0%BD%D0%B0%D1%81%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F).
9. Теорія економічного розвитку. Дослідження прибутків, капіталу, кредиту, відсотка та економічного циклу. – К.: Видавництво НаУКМА, 2011. – 244 с.
10. Технологічний устрій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%B5%D1%85%D0%BD%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D1%96%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%B9_%D1%83%D1%81%D1%82%D1%80%D1%96%D0%B9.
11. Управління торговою маркою в механізмі товарної інноваційної політики підприємства: монографія / В. Г. Щербак, Г. О. Холодний, О. М. Бихова, О. В. Птащенко. – Х.: Вид. ХНЕУ, 2013. – 252 с.
12. Ціпуринда В. Фактори формування інтелектуального капіталу / В. Ціпуринда // Вісник КНТЕУ. – 2013. – № 2. – С. 18–28.
13. Прахалад К. К. Пространство бизнес-инноваций. Создание ценности совместно с потребителем / К. К. Прахалад, М. С. Кришнан. – М.: Альпина Паблшер, 2012. – 258 с.
14. Dees J. G. Enterprising nonprofits: a toolkit for social entrepreneurs / J. Gregory Dees, Jed Emerson and Peter Economy. – New York: Wiley, 2001. – 330 p.
15. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент = A framework for marketing management: экспресс-курс / Филип Котлер; пер. с англ. Д. Раевская. – 2-е изд. – СПб.: Питер, 2006. – 464 с.
16. Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива / Ж.-Ж. Ламбен; пер. с франц. – СПб.: Наука, 1996. – 589 с.
17. Millot V. Trademarks as an Indicator of Product and Marketing Innovations, Working Papers / V. Millot // OECD Publishing: Science, Technology and Industry. – 2009. – <http://dx.doi.org/10.1787/224428874418>.