

УДК 338.24:005.591.6

Борис ЯЗЛЮК, Андрій БУТОВ, Володимир КОСТЕЦЬКИЙ

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СУТНОСТІ Й ЗМІСТУ ІННОВАЦІЙ ТА ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

***Резюме.** Розглянуто теоретичні основи сутності та змісту інновацій, інноваційної діяльності та інноваційної сфери як одного з найважливіших аспектів конкурентоспроможності підприємства. Систематизовано та узагальнено наукові погляди на зміст та економічну суть інновацій; проаналізовано поняття «інноваційна діяльність» та «інновація», обґрунтовано діалектичний зв'язок між ними. Встановлено, що розуміння суті інновацій і механізму інноваційної діяльності у сучасних умовах дає змогу підприємствам ефективніше здійснювати свою діяльність, підвищувати результативність функціонування та конкурентоспроможність на ринку.*

***Ключові слова:** інновація, нововведення, інноваційний процес, інноваційна діяльність, інноваційна сфера.*

Borys YAZLYUK, Andriy BUTOV, Volodymyr KOSTETSKY

THEORETICAL BASIS OF THE ESSENCE OF INNOVATIONS AND INNOVATIVE ACTIVITY

***Summary.** The theoretical basis of the essence of innovations, innovative activity and innovative sphere as one of the major aspects of competitiveness of the enterprise are considered in the article. Scientific views on the economic essence of innovations are systematized and generalized; the notions «innovative activity» and «innovation» are analyzed, the dialectical connection between them is justified. The basic classification criteria of innovations and the essence of innovative activity based on them are presented in the article. It is set that understanding the essence of innovations and mechanism of the innovative activity in modern conditions enables the enterprises to carry out their activities more effectively, to improve the efficiency of their functioning and to increase their competitiveness in the market. The characteristics of the scientifically based innovative process are examined. The main components of the innovative process, including obtaining of the economic profit based on revenue, reduced costs, saved time etc. are demonstrated. It has been established that the development of the innovative process is not followed by the emergence of market innovation and continues to evolve, spread and be distributed. The generalized definition of the innovative process has been developed. The general features of the innovative process are analyzed and their study from the position of the system analysis is made. The issues of high-quality analysis of innovative process are examined from the positions of the system approach. This made it possible to consider basic characteristics of the innovative process as an integral system with the purpose of the most exact reflection of its essence and place in the innovative development of enterprise.*

***Key words:** innovation, innovative process, innovative activity, innovative sphere.*

Постановка проблеми. Формування нового господарського механізму соціально-орієнтованої економіки України передбачає збалансованість економічних процесів і гармонійний розвиток окремих регіонів та суспільства в цілому. При цьому високого рівня добробуту можна досягти двома шляхами – через стабільне зростання або через інноваційний розвиток. Найчастіше зростання пов'язане із залученням у виробничу діяльність нових ресурсів і новітніх технологій. Тому в нинішніх умовах стрімкого науково-технічного поступу, надмірно швидкого споживання обмежених ресурсів, негативного впливу на навколишнє природне середовище й екологічних катастроф доцільно приділити увагу механізмам інноваційної діяльності й інноваційного розвитку суб'єктів господарювання, що й зумовило актуальність обраного дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Найбільш вагомий внесок у розвиток науки про інновації на мікрорівні зробили такі учені і практики: І.А. Бланк, О.Ф. Андросова, А.Г. Загородній, В.І. Ярочкин, В.К. Сенчагов, Б.В. Губін, С.Ф. Покропивний та інші. Проблеми інноваційної діяльності господарства та галузей досліджувалися у працях відомих учених-економістів, таких як: Б.М. Андрушків, Ю.М. Бажал, П.І. Гайдуцький, В.М. Геєць, М.В. Зубець,

О.Є. Кузьмін, І.І. Лукінов, Д.С. Львова, Б.Є. Патон, А.А. Пересада, Б. Санто, Б. Твісса, Л.І. Федулова, С.М. Ілляшенко, Ю.В. Каракай, О.В. Крисальний, Н.В. Поліщук П.Н. Завлин, А.А. Голубенко та ін. У цих роботах приділяється багато уваги обґрунтуванню теоретичних аспектів здійснення інновацій, їх упровадження у практику життєдіяльності, оцінюванні ефективності інноваційної діяльності. Проте, незважаючи на наявність значної кількості досліджень, в авторів немає єдиного комплексного аналізу економічної сутності понять «інвестиція» та «інвестиційна діяльність». Багато питань практичного й теоретичного характеру потребують деталізації.

Метою статті є визначення сутності та змісту інновацій та інноваційної діяльності в інноваційній сфері.

Виклад основного матеріалу. Інноваційна діяльність – це сфера економічної діяльності, що найбільшою мірою зазнала негативного впливу кризових явищ. На ринку склалася ситуація, за якої інновації, які в недалекому минулому здійснювались за рахунок централізованих джерел, мають надто низьку частку, тоді як інвестиції, що мали внутрішню структуру, втратили її, стали невпорядкованими і неорганізованими, стимулюючи тільки короткотермінові цілі інвесторів. Вихід з такого становища вбачається в тому, що подолати економічну кризу неможливо без інноваційно-інвестиційного буму, відновлення основного капіталу на принципово новій, конкурентоспроможній основі.

Інноваційна діяльність розглядається як важлива частина суспільно-економічного буття і людської життєдіяльності в усіх її проявах і фрагментарно знаходить прояв у багатьох відносно самостійних напрямках наукових досліджень. Проте слід зазначити, що за останні роки не сформовано цілісної теорії, яка б об'єднала розпорошені інноваційні дослідження, а термін «інновація», незважаючи на його загально визнаність і широкий вжиток, не набув однозначного тлумачення.

Для того, щоб ефективно здійснювати управління інноваційною діяльністю на мікро-, мезо- або макрорівні, необхідно, насамперед, ґрунтовно проаналізувати теорію інноваційного розвитку, а також уточнити базові поняття. Дослідження питання сутності інновацій в контексті теорії інноваційного розвитку дасть змогу врахувати характеристики у визначенні інновацій усіх конкурентних чинників, хронологічно відтворити генезис визначення поняття «інновації» й обґрунтувати основні характеристики інновацій як економічної категорії.

Сьогодні вже доведено необхідність здійснення інноваційної діяльності, визначено, в основному, сутність і специфіку інновацій, виділено деякі основні напрями удосконалення управління інноваційною діяльністю підприємств. Однак визначення поняття «інновація» потребує уточнення.

По-перше, під терміном «інновація» деякі автори розуміють об'єкти впровадження, розглядаючи інновацію як ідею, практику чи продукт, що сприймаються як нові [15]; інші – як процес, який призводить до появи нового: «інновація – це генерування, прийняття й упровадження нових ідей, процесів, продуктів і послуг» [6]. У зв'язку з цим слід розмежовувати, з огляду на думку вітчизняних та іноземних учених, два поняття: інновація й інноваційний процес, що відповідають нововведенню як окремому об'єкту впровадження (новий продукт, ідея чи практика) і нововведенню як процесу.

Необхідно наголосити, що багато авторів ототожнюють поняття «нововведення» й «інновація». Це поширено як у вітчизняній («У загальному вигляді термін «інновація» можна розшифрувати як «нововведення», тобто введення нового» [8; 16; 19]), так і в іноземній літературі, де інновація є синонімом нововведення і може бути використана поряд з ним [9; 13; 16]. Водночас між цими поняттями є певна різниця. Нововведення найчастіше розглядається як об'єкт упровадження на підприємстві нової продукції, техніки, технології,

методів управління. Інновація ж сприймається як цілеспрямована діяльність підприємства щодо формування, прийняття, реалізації і наступного поширення нововведення. Таким чином, на наше переконання, нововведення може бути елементом інновації, але не її аналогом.

Також слід зазначити, що у деяких випадках автори сучасних вітчизняних публікацій з проблематики інновацій стверджують, що поява нових термінів часто зумовлена суб'єктивізмом перекладачів. Наприклад, О. Андросова, А. Череп у монографії «Трансфер технологій як інструмент реалізації інноваційної діяльності» доводять, що «слова «інновація» й «нововведення» за змістом ідентичні, варіант англійського слова “innovation” – комплексний процес створення, поширення й використання нововведення, що постійно розвивається та сприяє розвитку й підвищенню роботи фірм» [2, с. 116].

Зазначимо, що нововведення визначається як упровадження нового в господарську практику, тобто з моменту прийняття до поширення новація набуває нової якості та стає інновацією. Тому інновація, як обґрунтовано зазначає Ю. Бажал, «...це не просто поняття, що означає будь-яке нововведення, а нова функція виробництва. Це – зміна технології виробництва, яка має історичне значення і є необхідною. Інновація становить стрибок від старої виробничої функції до нової, але не кожне нововведення, нове виробництво є інновацією» [3, с. 23].

По-друге, неоднозначною є відповідь на запитання, що саме слід вважати інновацією. Чи повинна інновація бути абсолютно новою, єдиною, першою в історії людства? Чи ж інноватором є той, хто просунувся порівняно далі інших зі свого професійного оточення, той, хто першим впровадив у своїй професійній сфері нововведення, що вже відомо й застосовується в інших галузях діяльності? Чи не є інноватором той, хто відкрив і впровадив щось для себе абсолютно нове, однак давно відоме для оточення?

По-третє, необхідно визначити, що саме можна вважати інновацією для конкретного підприємства.

У той момент, коли окреме підприємство, окремий інноватор займаються розробленням раніше відомих технологій, технологічних процесів, послуг і т.д., як правило, ще не можна сказати, чи буде те, чим вони займаються, і що здається новим, згодом визнано інновацією. Те, що дійсно є інновацією, підтверджується лише пізніше, коли нова ідея увійшла у теорію і практику й отримала загальне визнання.

Гіпотезу про те, що інновації виникають в економічній системі нерівномірно, а у вигляді кластерів (більш-менш одночасно освоєваних поєднаних новацій) вперше висловили Й. Шумпетер і Г. Менш та систематизували відомості про основні інновації, тобто ті, що значно вплинули на розвиток економічної системи.

Кластер – це сукупність базисних інновацій (цілісна система нових продуктів і технологій), сконцентрованих на певному проміжку часу і в певному економічному просторі. Я. Ван Дейн висунув гіпотезу про те, що поява інновацій різних типів пов'язана з різними фазами соціально-економічного та науково-технічного розвитку, що характеризуються як «довга хвиля». Теорії «довгих хвиль» акцентують увагу на вивченні довготермінових квазіперіодичних коливань. З цією метою згаданий дослідник розробив типологію інновацій, поділивши їх на основні продуктові (формують нові ринки, що лежать в основі нових галузей); доповнюючі продуктові (розширюють ринок в існуючих галузях); основні технологічні (складові базису великих технологічних систем) і доповнюючі технологічні.

Термін інновація почав активно застосовуватися в перехідній економіці України як самостійно, так і для позначення ряду родинних понять: інноваційна діяльність, інноваційний процес, інноваційне рішення і т. д.

Можна стверджувати, що існує безліч поглядів на сутність поняття «інновація». Називають такі класифікаційні ознаки, як масштаб інновацій (глобальні та локальні); параметри життєвого циклу (виділення й аналіз усіх стадій і підстадій); закономірності процесу впровадження тощо. Різні автори, в основному іноземні (Мончев М., Перлакі І., Хартман В.Д., Менсфілд Е., Фостер Р., Твіст Б., Шумпетер Й., Роджерс Е. та ін.), трактують це поняття залежно від об'єкта і предмета свого дослідження.

Наприклад, Б. Твіст визначає інновацію як процес, в якому винахід або ідея набувають економічного змісту. Ф. Ніксон вважає, що інновація – це сукупність технічних, виробничих і комерційних заходів, що призводять до появи на ринку нових та поліпшених промислових процесів і обладнання. Б. Санто вважає, що інновація – це такий суспільно-технічно-економічний процес, який через практичне використання ідей і винаходів призводить до створення кращих за своїми властивостями виробів, технологій, і якщо інновація орієнтується на економічну вигоду, прибуток, поява її на ринку може принести додатковий дохід. Й. Шумпетер трактує інновацію як нову науково-організаційну комбінацію виробничих факторів, мотивовану підприємницьким духом. У внутрішній логіці нововведень є новий момент динамізації економічного розвитку.

Відповідно до Міжнародних стандартів у статистиці науки, техніки та інновацій, інновація – це кінцевий результат інноваційної діяльності, що отримав втілення у вигляді нового або вдосконаленого продукту, впровадженого на ринку, нового чи удосконаленого технологічного процесу, що використовується в практичній діяльності або в новому підході до соціальних послуг.

Російські економісти П. Завлін, А. Казанцев, Л. Мінделі вважають, що «інновація – це використання результатів наукових досліджень і розробок, спрямованих на удосконалення процесу діяльності виробництва, економічних, правових і соціальних відносин у галузі науки, культури, освіти та інших сферах діяльності суспільства» [8, с. 4].

Більшість сучасних дослідників одноставні в тому, що інновація – це якісні зміни. Зокрема, М. Крупка зазначає, що «інновація – це нововведення, використання якого призводить до якісних змін у виробництві з метою отримання соціально-економічної вигоди (ефекту)» [11, с. 22].

Також інновації розглядають як зміни, що вводять підприємства у свою діяльність з метою підвищення конкурентоспроможності як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Поділяємо позицію А. Турило і О. Зінченко, що у сучасних умовах господарювання інновації є необхідним і об'єктивним чинником конкурентоспроможного розвитку підприємств та відіграють роль найважливішого засобу розв'язання основних соціально-економічних завдань підприємства [7; 14; 15]. Ю. Каракай вважає, що «інновація – це нове явище, новаторство або будь-яка зміна, яка вноситься суб'єктом господарювання у свою діяльність з метою підвищення своєї конкурентоспроможності» [10, с. 33]. Тобто інновація є новим підходом до виробництва і збуту продукції, завдяки якому інноватор здобуває перевагу над конкурентами.

Зазначимо, що науковці, які вивчають інноваційні проблеми, вкладають у поняття «інновації» різний зміст. Зокрема, на думку М. Денисенка та Я. Шабліна [7, с. 9], інновації є головною складовою успішного функціонування підприємства і суттєво впливають на рівень його прибутковості. М. Пашута розглядає інновації у промисловості як важливий елемент підвищення ефективності економіки, оскільки промислова інновація починається з ідеї і проходить фази дослідження, розроблення та створення нових зразків продукції, технологій чи послуг та їх комерціалізації [14, с. 16].

Комплексний підхід щодо тлумачення інновації як економічної категорії запропонував О. Крисальний, який називає інновацією «нагромадження нових знань, матеріалізованих у

високоєфективних, ощадливих технологіях, технологічних елементах – матеріалів, нових прогресивних форм організації виробництва та праці, нових видів послуг тощо, створених у науково-дослідних установах, визнаних доцільними для застосування в практиці, що забезпечують підвищення економічної і соціальної ефективності суспільного виробництва» [12, с. 10].

Аналіз різних визначень свідчить, що специфічний зміст інновації становлять зміни, а головною функцією інноваційної діяльності є функція зміни.

Й. Шумпетер виділяв п'ять типових змін:

- використання нової техніки, нових технологічних процесів або нового ринкового забезпечення виробництва (купівля – продаж);
- упродовження продукції з новими властивостями;
- використання нової сировини;
- зміни в організації виробництва та його матеріально-технічного забезпечення;
- поява нових ринків збуту.

Наведені авторські визначення та тлумачення дають підстави розглядати інновації як зміни, як процес або як результат.

Зазначимо, що інновацію – результат потрібно розглядати з урахуванням інноваційного процесу. Для інновації однаковою мірою важливі всі три властивості: науково-технічна новизна, виробнича придатність, комерційна реалізованість. Відсутність будь-якої з них негативно позначається на інноваційному процесі.

Комерційний аспект визначає інновацію як економічну необхідність, усвідомлену через потреби ринку. Слід зосередити увагу на двох моментах: «матеріалізація» інновації, винаходів і розробок у нові технічно досконаліші види промислової продукції, засоби і предмети праці, технології та організації виробництва і «комерціалізація», що перетворює їх на джерело доходу.

Отже, науково-технічні інновації повинні мати новизну, задовольняти ринковий попит і приносити прибуток виробнику.

Різні інновації мають неоднаковий ступінь важливості для підприємства, ставлять перед ним конкретні проблеми, вимагають відповідної кваліфікації персоналу й методів оцінювання. Тому характеристика видів інновацій дозволяє здійснювати диференційований підхід до них з точки зору різних суб'єктів інноваційної діяльності.

Залежно від предметного змісту впроваджуваних інновацій розрізняють такі їхні види:

- продуктові, орієнтовані на виробництво й використання нових (поліпшених) продуктів у сфері виробництва (засобів виробництва) або у сфері споживання;
- технологічні, що являють собою нові способи (технології) виробництва старих або нових продуктів;
- управлінські, що полягають у впровадженні нових методів роботи апарату управління підприємством.

За рівнем впливу на навколишнє середовище розрізняють інновації: радикальні, які відкривають принципово нові практичні засоби й можливості задоволення потреб; ті, що модифікують і забезпечують удосконалення існуючих практичних засобів задоволення потреб.

В останні десятиліття намітилася тенденція переміщення центра ваги з технічної новизни на новизну ринкову. Донедавна конструктор або технолог, працюючи в лабораторії, залишався ізольованим від споживача. Особливо це стосувалося радикально нових технічних і технологічних рішень, коли розроблювач був не в змозі оцінити комерційний потенціал нової техніки чи технології та їхню здатність задовольняти потреби споживача.

Продукт при цьому перетворюється лише в носія технології, і форма, якої він набуває, визначається тільки після узгодження технології та потреби, що задовольняється. Таким чином, наукові дослідження і розроблення дедалі більше орієнтуються на потреби ринку. Процес

створення нового продукту або нової технології починається з вивчення ринку, виявлення його можливостей, прогнозування майбутніх потреб. Потім визначаються характеристики інновацій, що відповідають сучасним і майбутнім потребам.

Однак слід розрізняти терміни «новація» та «інновація». Під новацією розуміють щось нове, якого не було раніше: нове явище, новий порядок, новий або удосконалений процес, новий метод, нову продукцію або технологію. Новації постають як відкриття, винаходи, результати маркетингових досліджень тощо. Щоб новація стала нововведенням, вона має бути реалізована, а інновація – це теж нововведення, але таке, яке створило нову виробничу функцію, призвело до якісних змін у виробництві.

Проаналізувавши класичні та сучасні підходи щодо класифікації інновацій, можна навести класифікацію інновацій (рис. 1). На думку Н.В. Поліщук, така класифікація відповідає міжнародним вимогам до інновацій і сприятиме побудові ефективної системи стимулювання й управління інноваційною діяльністю підприємств.

Узагальнюючи аналіз категоріального апарату інновації, необхідно зазначити, що інновації є економічною категорією науково-технічного прогресу, яка забезпечує якісні зміни у функціональних можливостях підприємств і ринкових переваг сучасного виробництва з урахуванням диференційованого впливу галузево-технологічної специфіки.

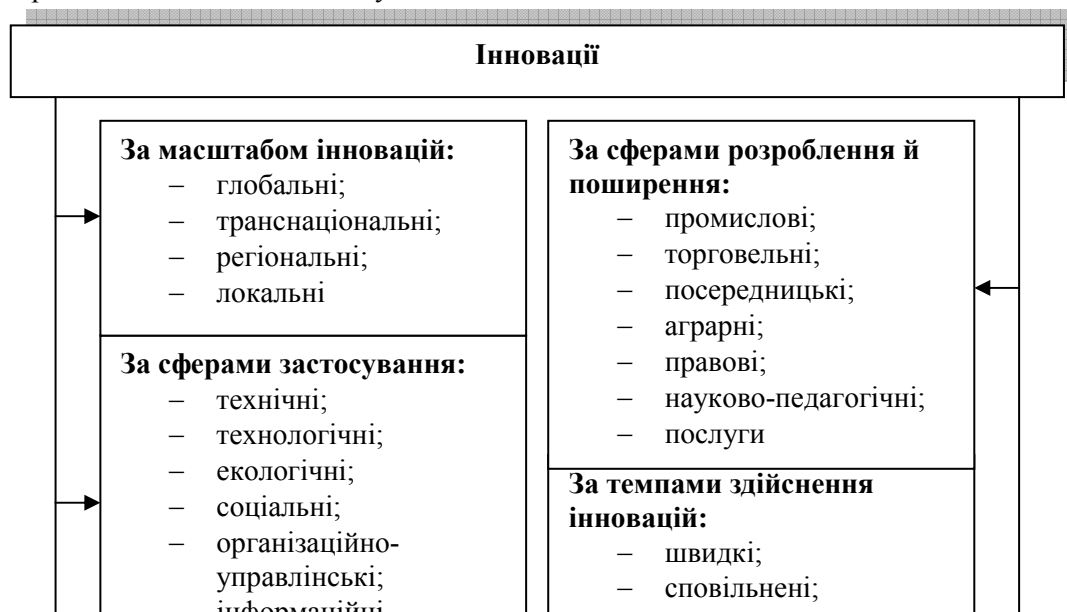
За спрямованістю дії розрізняють інновації, орієнтовані на розширення, раціоналізацію або заміщення. Подальшій структуризації підлягає поняття кластера інновацій, що використовується в сучасних теоріях «довгих хвиль».

Х. Фрімен увів категорію нової технологічної системи (комплекс інновацій, пов'язаних загальною технологічною базою, поширення яких має великий вплив на низку, навіть безпосередньо не пов'язаних з ними, галузей економіки), і технологічною революцією (сутність якої полягає у зміні техніко-економічної парадигми, а поширення пов'язано з рухом «довгих хвиль» економічної кон'юнктури).

Інноваційна «довга хвиля» складається ніби з двох «гребенів» («хвилі» винаходів і «хвилі» інновацій), які у міру її поширення зближуються (лаг між винаходами та інноваціями зменшується з наростанням «хвилі»). Проте відстань між послідовними «хвилями» (як винаходів, так і інновацій) досить стабільна й становить близько 55 років (між центрами інновацій та винаходів). Це було відзначено Г. Меншем і пов'язано цим дослідником з кондратьєвським довгим циклом в економічному розвитку, у ході якого змінюється динаміка багатьох економічних показників від фази наростання до фази спаду.

Як вважає більшість дослідників, беручи до уваги сучасні тенденції розвитку науки, техніки, технології та соціально-економічних об'єктів, довгі цикли скорочуються за часом до 35–40 років.

Періодизацію життєвого циклу інновацій можна подати таким чином:



- період упровадження й освоєння нововведення та його адаптації до ринку;
- період успішного комерційного застосування нововведення (відповідає етапам зростання та зрілості життєвого циклу товару);
- період занепаду (зниження корисного ефекту внаслідок вичерпання потенціалу нововведення).

Однак цей поділ знову не дає відповіді на запитання, на якому етапі зароджується інновація й до якої стадії життєвого циклу товару вона входить. У свою чергу, В.В. Бузирев, Т. Том'юк і А.І. Яковлев [4; 17; 20] вважають, що процес створення й освоєння нової техніки за змістом і призначенням робіт поділяється на два етапи: створення нової техніки й освоєння її виробництва (комерціалізація інновації).

Відповідно до викладеного вище та стадія життєвого циклу інновації (нового продукту), яку багато хто з авторів не враховує у своїй градації, є визначальною в подальшому русі

інновації. Виходячи з цього, правильніше було б подати життєвий цикл інновації, як зображено на рис. 2:

- виникнення інновації (поєднання потреб ринку з ідеєю);
- період упровадження й освоєння інновації та її адаптація до вимог ринку;
- період успішного комерційного використання інновації;
- період занепаду використання інновації.

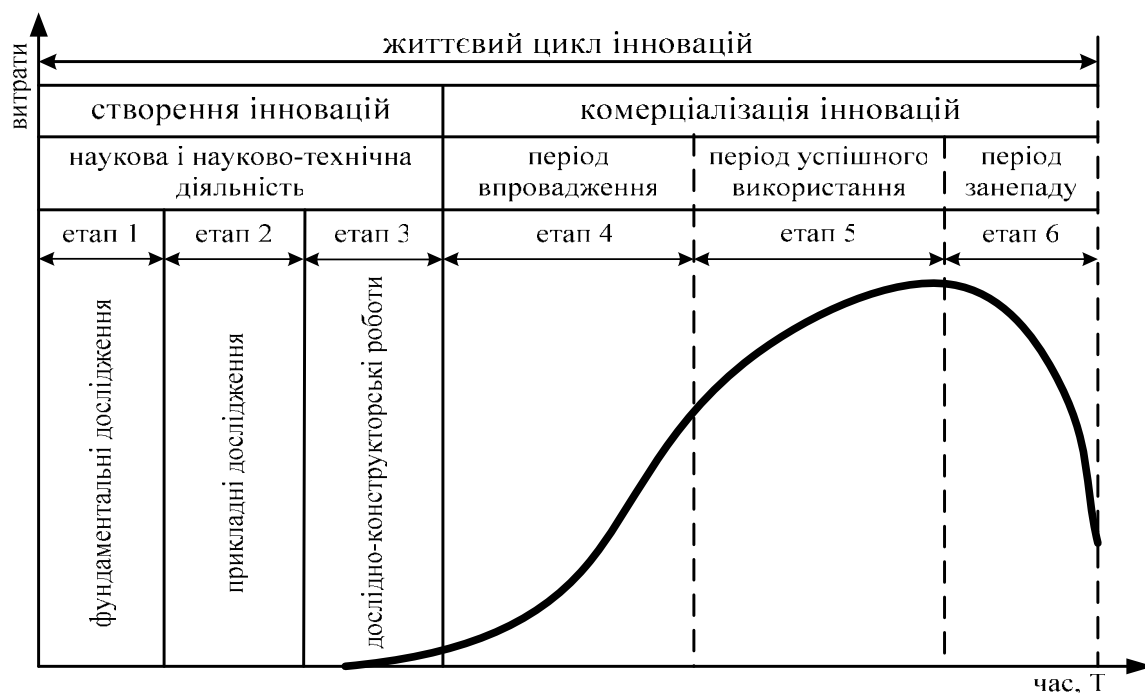


Рисунок 2. Періодизація життєвого циклу інноваційного процесу

Figure 2. Stages of the innovative process life cycle [18]

Зважаючи на наведене, зміст інноваційної діяльності суспільства має бути визначений таким чином: інноваційна діяльність – це процес, у якому враховані особливості життєвого циклу інноваційного процесу, ставиться й успішно реалізується мета отримання істотного науково-технічного, економічного, екологічного та соціального ефекту. Засобом забезпечення інноваційної діяльності є інвестиції і наявність на ринку необхідних людських, матеріальних і наукових ресурсів.

Слід зазначити, що хвилі у процесі інноваційної діяльності – це об’єктивний ринковий процес, але ефективність його реалізації залежатиме від суб’єктів економічної діяльності – конкретних підприємств, головна місія яких у сучасному інноваційно-ринковому середовищі полягає в необхідності впровадження у процес виробничої діяльності стратегічно-орієнтованого вектора інноваційного розвитку.

У сучасних умовах інновації відіграють вирішальну роль у перетворенні наукового продукту (результату дослідження, розробки) в інноваційну продукцію в результаті стратегічної інноваційно-орієнтованої підприємницької виробничо-комерційної діяльності.

Терміни «інновація» та «інноваційний процес» не є однозначними, хоча наближені за своєю суттю. Інноваційний процес пов’язаний зі створенням, освоєнням і поширенням інновацій. Творці інновації (новатори) керуються такими критеріями, як життєвий цикл виробу й економічна ефективність. Їхня стратегія спрямована на те, щоб перевершити конкурентів, створивши нововведення, що буде визнано унікальним у певній області.

Наголошуємо, що науково-технічні розроблення і нововведення виступають як проміжний результат науково-виробничого циклу і в міру практичного застосування перетворюються в науково-технічні інновації. Науково-технічні розробки та винаходи є додатком до нового знання з метою їх практичного застосування, науково-технічні ж інновації є матеріалізацією нових ідей і знань, відкриттів, винаходів і науково-технічних розроблень у процесі виробництва з метою їхньої комерційної реалізації для задоволення визначених запитів споживачів.

Кожен новий продукт можна розглядати або з погляду наявності в ньому нових технічних рішень чи ринкової новизни, під якою розуміють здатність продукту або задовольнити нову потребу покупців, або вивести на новий ступінь задоволення відомої потреби, чи істотно розширити коло споживачів, спроможних придбати товар, що задовольняє вже на досягнутому рівні відому потребу. Застосування і швидке впровадження інновації у будь-якій сфері створює економічний ефект, який знаходить прояв у зростанні доходу. Тому інновацію можна розглядати як економічний засіб, що дає змогу суб'єктам господарювання отримувати максимальні прибутки.

Основну мету впровадження інновацій, враховуючи різноманітність їх видів, можна сформулювати як задоволення конкретних потреб споживачів, власного виробництва, ринку і т.д. Тільки чітка спрямованість на конкретну потребу може забезпечити на практиці успішне втілення нововведення в продукт (послугу), який дає можливість новатору отримати ефект (економічний, соціальний, екологічний і т. ін.).

Зазначимо, що на сучасному етапі розвитку інновації є головним засобом збереження конкурентоспроможності підприємств і стають невід'ємною частиною їх діяльності.

Науково-технічне нововведення – результат складних взаємодій (рис. 3).

На його успішне завершення впливає велика кількість внутрішніх і зовнішніх факторів. Наприклад, серед причин відмови від проєктів, робота над якими була призупинена на стадії розроблень, найпоширенішими є зовнішні фактори: низький рівень конкурентоспроможності; невизначеність щодо постачальників; старіння нововведення.

До внутрішніх організаційних факторів належать нестача ресурсів для проведення маркетингових досліджень або експерименту, відсутність виробничих потужностей чи досвіду, незадовільні зв'язки із суміжними підприємствами, швидке збільшення витрат на наукові дослідження, відсутність бази для проведення дослідно-конструкторських робіт.

Поширення нововведень, як і їх створення, є складовою інноваційного процесу. Виділимо три логічних форми інноваційного процесу: простий внутрішньо-організаційний (натуральний), простий міжорганізаційний (товарний) і розширений.

Простий передбачає створення і використання нововведення усередині підприємства, нововведення в цьому випадку не набуває товарної форми. При простому інноваційному процесі нововведення виступає як предмет купівлі-продажу.

Розширений інноваційний процес передбачає створення нових продуцентів нововведення, подолання монополії виробника-піонера, що сприяє через взаємну конкуренцію удосконалюванню споживчих властивостей товару, який випускається.

Зазначимо, що в міру перетворення інноваційного процесу в товарний, можливо виділити дві його органічні фази: а) створення та розповсюдження; б) дифузія нововведення. Перша фаза охоплює послідовні етапи наукових досліджень, дослідно-конструкторських робіт, організацію дослідного виробництва і збуту, організацію комерційного виробництва. На цій фазі корисний ефект нововведення ще не реалізується, а тільки створюються передумови для цього.

ЗОВНІШНЄ ОТОЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА

Рисунок 3. Інновація як результат складних взаємодій у ринковому середовищі

Figure 3. Innovation as a result of complex interactions in a market environment [5]

На другій фазі суспільно-корисний ефект перерозподіляється між виробниками нововведення, а також між виробниками і споживачами. Одним із важливих чинників поширення будь-якої інновації є її взаємодія з відповідним соціально-економічним оточенням із наявністю суттєвого елемента – конкуруючих технологій.

Для швидкого поширення інновації потрібна розвинена інфраструктура. Інноваційний процес має циклічний характер, що демонструє хронологічний порядок появи нововведень у різних областях техніки. Можна відзначити, що інновація – це такий техніко-економічний цикл, у якому використання результатів сфери досліджень і розроблень зумовлює технічні та економічні зміни, які здійснюють зворотний вплив на діяльність даної сфери. (Це підтверджують різні концепції довгих хвиль М.Д. Кондратьєва, І.Є. Варги, Й. Шумпетера та ін.).

Зазначимо, що в сучасній науковій літературі часто ототожнюються поняття інвестиційної та інноваційної діяльності, тому постає необхідність уточнення визначення інноваційної діяльності.

Закон України «Про інноваційну діяльність» дає наступне трактування визначень і висуває ряд положень, що формують умови для розвитку інноваційної діяльності [1]:

- інновації – новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери;
- інноваційна діяльність – діяльність, спрямована на використання й комерціалізацію результатів наукових досліджень та розроблень і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів і послуг;
- інноваційний продукт – результат науково-дослідної і (або) дослідно-конструкторської розробки, що відповідає вимогам, встановленим цим Законом;
- інноваційний проект – комплект документів, що визначає процедуру і комплекс всіх необхідних заходів (у тому числі інвестиційних) щодо створення й реалізації інноваційного продукту і (або) інноваційної продукції;
- інноваційна інфраструктура – сукупність підприємств, організацій, установ, їх об'єднань, асоціацій будь-якої форми власності, що надають послуги із забезпечення інноваційної діяльності (фінансові, консалтингові, маркетингові, інформаційно-комунікативні, юридичні, освітні тощо).

Інноваційну діяльність розглядають як економічне явище і процес. Як явище, вона набуває певної форми економічних відносин із приводу виробництва та реалізації конкретних новинок, відображає певні відносини, що виникають у виробників зі споживачем, постачальниками, державою, у власників підприємств із працівниками тощо. Інноваційна діяльність як процес розглядається як ланцюжок дій, починаючи з пошуку нової ідеї та закінчуючи її втіленням у конкретний інноваційний продукт, його реалізацією.

Головний результат цієї діяльності для підприємства – позитивні зміни в прибутковості.

На нашу думку, інноваційний процес є ширшим поняттям, ніж інноваційна діяльність, тому що він охоплює всі стадії створення новинки: від ідеї до конкретного продукту, технології або послуги, які використовуються у господарській практиці; всі етапи життєвого циклу інновації, включаючи її дифузію в нові умови чи місця застосування. Інноваційна діяльність полягає у діях людей, спрямованих на створення або впровадження інновацій на певній стадії інноваційного процесу.

Інноваційна діяльність на підприємстві традиційно здійснюється у вигляді інноваційних та інвестиційних проектів і спрямована на зниження витрат на виробництво, забезпечення конкурентоспроможності продукції і підвищення ефективності функціонування підприємства.

Інноваційна діяльність – це діяльність, спрямована на використання результатів наукових досліджень і розроблень для розширення й оновлення номенклатури та поліпшення якості продукції, удосконалення технології її виробництва з подальшим упровадженням і ефективною реалізацією на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Інноваційна сфера являє собою область взаємодії інноваторів, інвесторів, товаровиробників конкурентоспроможної продукції (послуг) і розвиненої інфраструктури. Інноваційна діяльність спрямована на практичне використання наукового, науково-технічного результату й інтелектуального потенціалу з метою отримання нової чи радикально поліпшеної виробленої продукції, технології її виробництва та задоволення платоспроможного попиту споживачів у високоякісних товарах і послугах, кращого соціального обслуговування.

На наше переконання, інноваційний процес можна розглядати з різних позицій і з різним ступенем деталізації:

- як паралельно-послідовне здійснення науково-дослідної, інноваційної, виробничої діяльності та маркетингу;
- у вигляді тимчасових етапів життєвого циклу інновації від виникнення ідеї до її розроблення й поширення;
- як процес фінансування й інвестування розробки та поширення нового виду продукту або послуги.

У загальному вигляді інноваційний процес полягає в отриманні комерціалізації винаходів, нових технологій, видів продукції і послуг, рішень організаційно-технічного, економічного, соціального чи іншого характеру та інших результатів інтелектуальної діяльності й здійснюється у чотири етапи.

На першому етапі проводяться фундаментальні дослідження в науково-дослідних установах аграрної сфери, вищих навчальних закладах і галузевих спеціалізованих інститутах, лабораторіях. Фінансування в основному надходить з державного бюджету на безповоротній основі.

На другому етапі проводяться дослідження прикладного характеру в усіх наукових установах і фінансуються як за рахунок бюджету (державні наукові програми або на конкурсній основі), так і за рахунок замовників. Оскільки результат прикладних досліджень не завжди передбачуваний, пов'язаний із невизначеністю на цьому етапі й подальшою ймовірністю отримання негативного результату. Саме з цього етапу виникає можливість втрати вкладених коштів, а інвестиції в інновацію мають ризиковий характер і називаються ризико-інвестиціями.

Третій етап передбачає виконання дослідно-конструкторських та експериментальних розроблень. Вони проводяться як у спеціалізованих лабораторіях, конструкторських бюро, на експериментальних виробництвах, так і в науково-виробничих підрозділах великих промислових організацій. Джерела фінансування ті самі, що й на другому етапі, а також власні кошти організацій.

На четвертому етапі здійснюється процес комерціалізації, починаючи від запуску у виробництво і виходу на ринок інноваційної продукції.

На межі третього етапу і виходу на ринок, як правило, потрібні великі суми інвестицій в агропромислове виробництво для створення (розширення) виробничих потужностей, підготовки персоналу та ін. На цьому етапі інноваційного процесу реакція ринку на новації ще не визначена – мають місце ризики відторгнення, тому інвестиції продовжують носити ризиковий характер.

Дослідження взаємозв'язку і взаємодії «нова або удосконалена продукція – нова технологія» відкриває широкі можливості для виявлення деяких важливих закономірностей розвитку інновацій, джерел їх виникнення, факторів, що визначають їх, і відповідних соціально-економічних результатів.

Таким чином, інноваційну діяльність спрямовують на практичне використання наукового, науково-технічного результату й інтелектуального потенціалу з метою отримання нової чи радикально поліпшеної виробленої продукції, технології її виробництва і задоволення платоспроможного попиту споживачів у високоякісних товарах і послугах, удосконалення соціального обслуговування.

На відміну від науково-технічного прогресу, інноваційний процес не закінчується впровадженням – першою появою на ринку нового продукту, послуги або доведенням до проектної потужності нової технології. Даний процес не переривається і після впровадження, адже в міру поширення (дифузії) новинка удосконалюється, стає ефективнішою, набуває нових споживчих властивостей. Це відкриває для неї нові сфери застосування та ринки, а, отже, і

нових споживачів, які сприймають пропонований продукт, технологію чи послугу як нові для себе.

Таким чином, цей процес спрямований на створення потрібних ринків продуктів, технологій та послуг і здійснюється в тісному взаємозв'язку з середовищем: його напрям, темпи, цілі залежать від соціально-економічних умов, в якому він функціонує і розвивається [5; 21; 22; 23].

Висновки. Уточнення понять «інновація», «інноваційна діяльність» та «інноваційний процес» дозволить обрати правильну стратегію розвитку підприємства, яка залежатиме від домінуючого типу інновацій, побудувати систему та організаційні форми управління, спрогнозувати та змодельовати поведінку підприємства щодо реалізації своєї інноваційної продукції на ринку.

Conclusions. To our opinion, the clarification of the notions «innovation», «innovative activity» and «innovative process» enables the enterprise to choose its correct development strategy which will depend on the dominant type of innovation, to construct the system and organizational forms of management, to forecast and imitate the behavior of the enterprise concerning the sale of its innovative products in the market.

Використана література

1. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 4 липня 2002 р. № 40-IV // Офіційний вісник України. – 2002. – № 31. – С. 1447.
2. Андропова, О. Ф. Трансфер технологій як інструмент реалізації інноваційної діяльності: монографія [Текст] / О.Ф. Андропова, А.В. Череп. – К.: Кондор, 2007. – 356 с.
3. Бажал, Ю.М. Економічна теорія технологічних змін [Текст] / Ю.М. Бажал. – К.: Заповіт, 1996. – 240 с.
4. Бузырев, В.В. Выбор инвестиционных решений и проектов: оптимизационный подход [Текст] / В.В. Бузырев. – СПб.: СПбГУЭФ, 1999. – 224 с.
5. Голубенко, А.А. Анализ возможностей инновационного развития в процессе формирования стратегических направлений инвестиционной деятельности предприятия [Текст] / А.А. Голубенко // Економіка промисловості. – Донецьк: Інститут економіки промисловості НАН України. – 2002. – № 2 (16). – С. 80 – 84.
6. Дацій, О.І. Державне регулювання інноваційної діяльності в Україні [Текст] / О.І. Дацій // Економіка АПК. – 2004. – № 3. – С. 18 – 22.
7. Денисенко, М.П. Інноваційна діяльність підприємств України: суть, оцінка та напрями активізації [Текст] / М.П. Денисенко, Я.В. Шабліна // Проблеми науки. – 2008. – № 6. – С. 9 – 16.
8. Завлин, П.Н. Инновационный менеджмент: справ. пособие [Текст] / П.Н. Завлин, А.К. Казанцев, Л.Э. Миндели. – М.: ЦИСН, 1998. – 568 с.
9. Ілляшенко, С.М. Проблеми управління інноваційним розвитком підприємств у транзитивній економіці [Текст] / С.М. Ілляшенко. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2005. – 582 с.
10. Каракай, Ю. В. Маркетинг інноваційних товарів: монографія [Текст] / Ю.В. Каракай. – К.: КНЕУ, 2005. – 226 с.
11. Крупка, М. І. Фінансово-кредитний механізм інноваційного розвитку економіки України [Текст] / М.І. Крупка. – Львів: Видавничий центр Львівського національного університету імені Івана Франка, 2001. – 608 с.
12. Кристальний, О.В. Організаційно-економічні особливості інноваційної діяльності [Текст] / О.В. Кристальний // Економіка АПК. – 2005. – № 8. – С. 10 – 13.
13. Орлов, П.А. Теоретические аспекты определения сравнительной эффективности реальных инвестиций [Текст] / П.А. Орлов // Физические и компьютерные технологии. Труды 11-й Международной научно-технической конференции. – Харьков: ХНПК «ФЭД», 2005. – 386 с.
14. Пашута, М. Інновації як фактор випереджального розвитку економіки [Текст] / Микола Пашута // Персонал. – 2006. – № 6. – С. 16 – 24.
15. Поліщук, Н.В. Теоретичні підходи до визначення сутності інновацій [Текст] / Н.В. Поліщук // Галицький економічний вісник. – 2009. – № 1 (22). – С. 20 – 23.
16. Соловьев, В.П. Конкуренция в условиях инновационной модели развития экономики [Текст] / В.П. Соловьев. – К.: Феникс, 2006. – 165 с.
17. Турило, А.М. Інновації: сутність і теоретичні характеристики [Текст] / А.М. Турило, О.А. Зінченко // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – № 5. – С. 76 – 79.
18. Управление инновационными проектами: учеб. пособие [Текст] / В.Л. Попов, Н.Д. Кремлев, В.С. Ковшов и др.; под ред. проф. В.Л. Попова. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 336 с.

19. Фатхутдинов, Р.А. Инновационный менеджмент: справ. пособие [Текст] / Р.А. Фатхутдинов. – Питер, 2002. – 400 с.
20. Ястремська, О.М. Інвестиційна діяльність промислових підприємств: методологічні та методичні засади: наук. видання [Текст] / О.М. Ястремська. – Х.: Вид. ХДЕУ, 2004. – 472 с.
21. Язлюк, Б. Економічний зміст інвестиційно-інноваційної діяльності підприємств та напрямки її трансформації [Текст] / Борис Язлюк // Наука молода: зб. наук. праць молодих вчених Терноп. нац. екон. ун-ту. – Тернопіль: Економічна думка. – 2006. – Вип. 6. – С. 47 – 51.
22. Cooper, RG. Management von Innovationen: Mit neuen Produkten zur Marktführerschaft. Veröffentlichung des ZfU – International Business School, CH-Thalwil. – 2003. – 243 p.
23. Drucker, PF. The discipline of innovation. Harvard Business School Publishing. Product Number 3480. – 2000. – 294 p.