

Наталія В. Равлик  
**ПОНЯТТЯ ІННОВАЦІЙ ТА ЇХ РОЛЬ  
У РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА**

*У статті визначено сутність поняття «інновація». Підкреслено доцільність здійснення інноваційної діяльності підприємств. Розглянуто базові цінності інноваційного ринкового світогляду та їх роль у розвитку підприємства.*

*Ключові слова:* інновація; інноваційна діяльність; інновація цінності; соціальна відповідальність.

*Табл. 1 Літ. 10.*

Наталія В. Равлик  
**ПОНЯТИЕ ИННОВАЦИЙ И ИХ РОЛЬ  
В РАЗВИТИИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

*В статье определена сущность понятия «инновация». Подчеркнута целесообразность осуществления инновационной деятельности предприятий. Рассмотрены базовые ценности инновационного рыночного мировоззрения и их роль в развитии предприятия.*

*Ключевые слова:* инновация; инновационная деятельность; инновация ценности; социальная ответственность.

Nataliia V. Ravlyk<sup>1</sup>  
**THE CONCEPT OF INNOVATION AND ITS ROLE  
IN ENTERPRISE DEVELOPMENT**

*The article defines the essence of the innovation concept, emphasizing the expediency of innovation at enterprises. The role of innovation in enterprise development is considered along with the key values of innovative market mindset.*

*Keywords:* innovation; innovative activity; innovation values; social responsibility.

**Постановка проблеми.** Сьогодні для забезпечення ефективного та безперервного функціонування підприємств досить важливого значення набуває активізація інноваційних процесів. Орієнтуючись на інноваційний розвиток, вони ставлять перед собою нові завдання, важливість яких пов'язана з підвищенням конкурентоспроможності; забезпечення відповідності цінності продукції для потреб споживача; соціальної відповідальності підприємств, яка включає в себе: відповідальність перед суспільством, перед кожним громадянином, перед державою, перед колективом та споживчим сектором економіки. Тому усі соціально-економічні системи повинні прагнути до формування інноваційної моделі розвитку, яка сприяє безпосередньому зростанню рівня науково-технічних знань і їх застосування для підвищення ефективності діяльності підприємства.

**Аналіз досліджень і публікацій.** Категорії «інновація», «інноваційний розвиток», «інноваційний процес» знайшли відображення в працях вітчизняних та зарубіжних вчених: І. Бланка [1, 22], Л. Водачека [2, 11], П. Водачкової [2, 129], А. Гальчинського [4, 30], Н. Краснокутської [7, 43], Й. Шумпетера [10, 25].

**Невирішені раніше частини загальної проблеми.** Аналіз проведених досліджень виявив значну увагу вчених до питання створення, оцінки, реалізації нововведень, їх розповсюдження, а також сутності інноваційного підприєм-

<sup>1</sup> Ternopil Ivan Puluj National Technical University, Ukraine.

ництва. Проте на сьогодні деякі питання теоретичного та практичного характеру, які стосуються саме ролі інновацій в діяльності підприємства, потребують подальшого вивчення та аналізу.

**Метою дослідження** є аналіз сутності, змісту та ролі інновацій в розвитку підприємства.

**Основні результати дослідження.** Інноваційний розвиток – визначальний чинник ефективності діяльності підприємства, який базується на впровадженні і реалізації інновацій, які зумовлюють поліпшення його діяльності, забезпечують зміцнення його ринкових позицій та створюють сприятливі умови для його розвитку.

У загальному визначенні, інновацією є нововведення в галузі техніки, технології, організації праці або управління, засноване на використанні досягнень науки і передового досвіду. Інновація виступає кінцевим результатом інноваційної діяльності – тобто діяльності, пов'язаної з трансформацією наукових досліджень і розробок, інших науково-технологічних досягнень у новий чи покращений продукт, введений на ринок, у новий чи покращений технологічний процес, що використовується в практичній діяльності, чи новий підхід до соціальних послуг.

Термін «інновація» увів у 1912 р. до наукового обігу австрійський економіст і соціолог Й. Шумпетер [10, 220]. Він дав визначення поняття інновації «як нової науково-організаційної комбінації використання виробничих факторів, яка мотивована підприємницьким духом». Тобто, інноваціями, на його думку, можуть бути нові продукти, нові технології, нова організація промислового виробництва та управління ним, а також відкриття нових ринків. Саме вони є джерелом розвитку підприємства, вдосконалення його внутрішніх процесів, залучення нових ресурсів і виробничих факторів.

Інновації, як результат інноваційної діяльності, з одного боку, орієнтуються на повніше задоволення запитів споживачів, а з іншого – на отримання бажаного економічного ефекту. Але, на жаль, за даними більшості експертів-науковців, стан інноваційної діяльності в Україні нестабільний. Основною причиною зниження інноваційної активності підприємств є зменшення обсягів фінансування інновацій за рахунок державного бюджету. Підтвердженням такого становища є наступні статистичні дані в Україні за 2009–2013 рр. (табл. 1).

**Таблиця 1. Питома вага витрат державного бюджету на інноваційну діяльність у структурі ВВП України [8]**

Показник	2009	2010	2011	2012	2013
ВВП, млн грн	913345	1082569	1316600	1411238	1451876
Загальна сума витрат державного бюджету на інноваційну діяльність, млн грн	127,0	87,0	149,2	224,3	24,7
Питома вага витрат державного бюджету на інноваційну діяльність у структурі ВВП України, %	0,014	0,008	0,011	0,015	0,001

Аналізуючи дані, наведені в табл. 1, ми бачимо, що найбільша сума коштів на інноваційну діяльність надійшла у 2012 р. і становить вона лише 0,015% від рівня ВВП, а найменша – у 2013 р., що становить 0,001% ВВП [8]. Це

пов'язано з цілим рядом факторів: браком коштів, недосконалою інноваційною інфраструктурою України, кризовим явищами у фінансовій сфері, неефективністю і непрозорістю розподілу коштів на виконання проектів. З кожним роком (протягом 2000–2013 рр.) невпинно скорочувалась кількість організацій, які виконують наукові дослідження й розробки (із 1490 до 1143), зменшувалась чисельність науковців (із 120,773 тис. до 44,853 тис.) [8]. Виходом для інноваційного розвитку економіки України може бути залучення більш ефективних джерел фінансування (банківське кредитування, власні кошти, венчурний капітал, лізинг тощо).

Інновація не обов'язково повинна бути технічною чи матеріальною. Нею може бути і нова цінність продукту для споживача, яка відповідає його потребам і інтересам. Неодмінними властивостями інновації повинні бути новизна, виробнича доцільність, раціональність (економічна обґрунтованість) і обов'язково – відповідність запитам споживача. Особливість поняття «інновація цінності» полягає в тому, що воно відображає однаковий акцент на обох складових, як на цінності, так і на інновації. Цінність без інновації, як правило, зводиться до створення додаткової цінності по зростаючій тенденції, наприклад, коли продукт підвищує свою якість, але це не дозволяє виробнику виділитися з-поміж конкурентів, або коли інновації стосуються нових технологій. Тому важливо відрізнити технологічну інновацію від інновації цінності як «ринкового першопрохідництва». Інновація цінності – це результат нового способу мислення та втілення стратегії, що приводить до створення нового продукту, який отримує нову ринкову нішу і виходить із простору конкуренції. Особливістю даної стратегії є можливість одночасно забезпечити підвищення цінності і зниження витрат. Саме так досягається стрибок цінності продукту як для компанії, так і для покупців. Цінність для покупців заснована на корисності і ціні продукту (послуги), пропонованих компанією, ціна для компанії генерується із ціни і структури витрат. Інновація цінності потребує координації діяльності компанії в сфері корисності, ціни і витрат. Такий системний підхід робить створення нових ринкових ніш стійкою стратегією. Інновація цінності вимагає, щоб компанії інтегрували всю систему підприємства на здійснення стрибка цінності для покупців і для себе самих. Без такого інтегрального підходу дана стратегія втрачає свою суть [6, 159].

Досить важливе значення в системі базових цінностей інноваційного ринкового світогляду має саме соціально відповідальне підприємництво. Адже, саме усвідомлення своєї місії в ринковій трансформації економіки дозволяє посилити потенціал підприємницького сектора, довести його суспільну значущість. Творчий, ініціативний, морально-відповідальний підхід до справи викликає необхідність вирішення цілої низки проблем, пов'язаних з управлінням фінансами, маркетинговими дослідженнями, інноваційним пошуком ринкових можливостей, використанням ресурсів, залученням інвестицій та веденням соціально відповідального бізнесу.

Тому орієнтація держави на інноваційний розвиток економіки ставить перед вітчизняними компаніями нові завдання, пов'язані саме із соціальною відповідальністю, тобто, на державному рівні – відповідальність перед суспільством, на підприємницькому рівні – відповідальність перед самою держа-

вою, своїм колективом та споживчим сектором економіки. Можна сказати, що підприємець несе соціальну відповідальність за свою діяльність не тільки перед собою, а й перед людьми, з якими він веде свій бізнес, та перед суспільством у цілому [3, 125].

В умовах ринкової економіки конкуренція та загроза банкрутства спонукають удосконалювати виробництво, підвищувати якість продукції, знижуючи її собівартість. Рушійною силою зростання конкурентоздатності підприємства є також впровадження інновацій. Саме на їх основі розробляються сучасні технології, нові підходи до організації виробництва, управління якістю продукції, які обумовлюють успіх і ефективність діяльності підприємства. Конкуренція лише створює ситуацію необхідності пошуку конкурентних переваг фірми і конкурентоспроможності товару, тобто лише спонукає удосконалювати увесь процес: від виробництва до збуту і споживання. А самі конкурентні переваги забезпечує реалізація підприємством інновацій [5, 185].

Аналіз діяльності стабільних підприємств дозволяє виокремити ряд напрямків, пов'язаних з інноваційною діяльністю та забезпечуючих підприємству максимальний прибуток:

- по-перше, це розширення номенклатури продукції (послуг). Для функціонуючого підприємства воно можливе тільки в двох напрямках:

1) випуск нової продукції (яка раніше не вироблялась на даному підприємстві);

2) удосконалення (модернізація або модифікація) продукції або послуги, яка вже виробляється. Обидва напрямки розробки, освоєння чи поліпшення продукції, яка вже виробляється за своєю суттю є інноваційною діяльністю.

- по-друге, максимізація ціни, за якою реалізується продукція або надається послуга. Вочевидь, що можливість підвищення ціни реалізації продукту або послуги прямо залежать від попиту і пропозиції продукції підприємства на ринку.

- по-третє, мінімізація витрат на виготовлення і реалізацію одиниці продукції. Цього можна досягнути за рахунок мобілізації резервів технології, що вже використовується, або за рахунок освоєння нової технологічної ланки або впровадження нових елементів у стару технологічну лінію.

- по-четверте, максимізація обсягів реалізації продукції або послуги. Виділимо два основних напрями: збільшення обсягів реалізації старої (яка вже випускалась на даному підприємстві) продукції і випуск нової продукції [9, 5].

Проведене дослідження дало змогу сформулювати такі **висновки**:

1) інновація як цінність – це результат нового способу мислення та втілення стратегії, що приводить до створення нового продукту, який отримує нову ринкову нішу і виходу з простору конкуренції.

2) інновація як інструмент сучасного стратегічного управління підприємством сприяє динамічному саморозвитку підприємства та забезпечує конкурентоспроможність на всіх ієрархічних рівнях економіки.

3) інновація як специфічний принцип соціальної відповідальності пов'язаний із пошуком ринкових можливостей, маркетинговими дослідженнями, управлінням фінансами, використанню ресурсів, залучення інвестицій та ведення соціально відповідального бізнесу.

4) інновації дають можливість підприємству підвищити прибуток, забезпечуючи конкурентоспроможність продукції, знизити ризик банкрутства в перехідний період, забезпечити економічну стійкість;

5) впровадження інноваційного типу розвитку забезпечить Україні стійкі темпи економічного зростання, бурхливий науково-технічний прогрес, визначить місце країни в світовому господарстві.

1. *Бланк И.А.* Основы инвестиционного менеджмента. – К.: Эльга-Н, Ника-центр, 2001. – Т. 2. – 512 с.
2. *Водачек Л., Водачкова О.* Стратегия управления инновации на предприятии. – М.: Экономика, 1989. – 325 с.
3. *Волосковець Н.Ю.* Корпоративна соціальна відповідальність підприємств як основа інноваційного розвитку сучасної економіки // Наукові праці КНТУ.– Серія: Економічні науки.– 2010.– Вип. 17. – С. 125–131.
4. *Гальчинський А., Гесць В., Семиноженко В.* Україна: наука та інноваційний розвиток. – К., 1997. – 66 с.
5. *Грибов В.Д.* Економіка: Учеб. пособие. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 336 с.
6. *Ким Ч., Моборн Р.* Стратегия голубого океана. – М., 2005. – 272 с.
7. *Краснокутська Н.В.* Інноваційний менеджмент: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2003. – 504 с.
8. Наука та інноваційна діяльність // Державна служба статистики України // [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua).
9. *Чёрный Л.Е.* Роль инновационной деятельности в увеличении прибыли предприятия // Економіка. Фінанси. Право.– 2003.– №8. – С. 13–17.
10. *Шумпетер Й.А.* Теория экономического развития. – М.: Директ-Медиа, 2007. – 400 с.

Стаття надійшла до редакції 17.12.2014.