

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-29-10>

УДК 658.624

ІННОВАЦІЙНІ ТОВАРИ ЯК ОСНОВА ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

INNOVATIVE GOODS AS THE BASIS OF INNOVATIVE ENTREPRENEURSHIP

Кириченко Анастасія Володимирівнакандидат економічних наук, доцент,
Національний університет біоресурсів і природокористування України
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5647-7698>**Березовська Людмила Олексіївна**кандидат економічних наук, доцент,
Національний університет біоресурсів і природокористування України
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2782-032X>**Kyrychenko Anastasiia, Berezovska Lyudmyla**

National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine

Стаття присвячена дослідженню інноваційних товарів як основи інноваційного підприємництва. Досліджено підходи до сутності поняття "інноваційний товар" та класифікацію таких товарів. Виділено основні методи розробки інноваційних товарів. Підкреслено необхідність формування стратегії управління впровадженням товарних інновацій. Проаналізовано українську практику розробки та впровадження інноваційних товарів та зроблено висновок, що кількість впроваджених в виробництво інноваційних видів продукції зменшилась майже в 4 рази протягом 2000–2020 рр., хоча витрати на інновації зросли 12,6 млрд грн. Здійснено оцінку рейтингу України в глобальному індексу інновацій, яка показала, що наявних ресурсів і умов для виробництва та просування інноваційних товарів в Україні стало більше протягом 2018–2020 рр., проте, не зважаючи на це інноваційні результати погіршились.

Ключові слова: інноваційні товари, інноваційне підприємництво, інноваційний розвиток, класифікація товарних інновацій, управління впровадженням товарних інновацій.

Статья посвящена исследованию инновационных товаров как основы инновационного предпринимательства. Исследовались подходы к сущности понятия "инновационный товар" и классификацию таких товаров. Выделены основные методы разработки инновационных товаров. Подчеркнута необходимость формирования стратегии управления внедрением товарных инноваций. Проанализирована украинская практика разработки и внедрения инновационных товаров и сделан вывод, что количество внедренных в производство инновационных видов товаров уменьшилась почти в 4 раза в течение 2000–2020 гг., хотя затраты на инновации выросли на 12,6 млрд грн. Осуществлена оценка рейтинга Украины в глобальном индексе инноваций, которая показала, что имеющихся ресурсов и условий для производства и продвижения инновационных товаров в Украине стало больше в течение 2018–2020 гг., однако, несмотря на это инновационные результаты ухудшились.

Ключевые слова: инновационные товары, инновационное предпринимательство, инновационное развитие, классификация товарных инноваций, управления внедрением товарных инноваций.

The article is devoted to the study of innovative products as the basis of innovative entrepreneurship. Enterprises that have chosen an innovative path of development achieve the greatest success. The basis of innovative entrepreneurship is the development, production and promotion of innovative products. The purpose of the article is to study innovative products as the basis of innovative entrepreneurship. Both qualitative and quantitative research methods were used in writing the article. Approaches to the essence of the concept of "innovative product" and classification of such products according to classification features: the level of radical innovation, market scale, the reason for innovative development, the novelty of technological parameters, the impact on the production process, the relationship to the product prototype, type of production strategy; level of risk, the depth of changes made to the product. The main methods of developing innovative products are identified: brainstorming, focal object method, coaching, search design method, causal diagram. The need to form a strategy for managing the implementation of product innovations is emphasized. It is expedient for business entities to substantiate strategies adequate to modern economic conditions, combining them and using them simultaneously to increase the financial and economic indicators of innovative entrepreneurship.

The Ukrainian practice of development and implementation of innovative goods is analyzed and it is concluded that the number of innovative products introduced into production decreased almost 4 times during 2000–2020, although the costs of innovation increased by UAH 12.6 billion. This indicates the low introduction of innovative products, which leads to non-competitive Ukrainian products in both domestic and global markets. Ukraine's rating in the global innovation index was assessed, which showed that the available resources and conditions for the production and promotion of innovative goods in Ukraine increased during 2018–2020, however, innovation results deteriorated.

Keywords: innovative goods, innovative entrepreneurship, innovative development, classification of commodity innovations, management of implementation of commodity innovations.

Постановка проблеми. Для забезпечення економічного розвитку держави, підвищення її конкурентоспроможності на міжнародних ринках надважливу роль відіграють інноваційні фактори. Як показує світовий досвід, саме підприємства, що обрали інноваційний шлях розвитку досягають найбільшого успіху. Основою інноваційного підприємництва є розробка, виробництво та просування на ринок інноваційних товарів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні основи інноваційних товарів, їх класифікація та просування на ринку досліджувалися у працях таких вітчизняних науковців, як Бреус С.В., Байрамов М. [1], Васютинська Ю.О. [2], Данько Т.В., Сметана Ю.О. [3], Кашубська В.В. [4], Мартиненко А.В., Перерва П.Г. [5], Чучмарьова С.Ю. [6] та інших.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Не зважаючи на велику кількість досліджень в даному напрямку варто зазначити, що потребує уваги ґрунтовне дослідження інноваційних товарів як основи інноваційного підприємництва з теоретичної та практичної сторони.

Формулювання цілей статті. Метою статті є дослідження інноваційних товарів як основи інноваційного підприємництва.

Виклад основного матеріалу дослідження. В світовій практиці відомо понад 50 визначень поняття “інноваційний товар” або ж “новий товар”. Основними причинами такого різноманіття трактування є: неоднозначність самого тлумачення слова “інноваційний”; суб’єктивність сприйняття даного поняття кожною окремою людиною або ж групою людей; адресат, відносно якого визначається новизна (споживач, підприємство, ринок, держава тощо) [2, с. 254].

Серед існуючих визначень поняття “інноваційних товарів” можна виділити такі підходи: відрізняється від товарів-аналогів; є новим для підприємства; по-новому задовольняє потребу; вироблений в певний визначений період часу; придбали не більше 50% потенційних покупців; знаходиться в фазі росту. Відмінність даних визначень пояснюється

вибором критерію, який лежить в їх основі [2, с. 255–256].

Щоб краще дослідити, які бувають інноваційні товари варто розібратись з їх класифікацією (табл. 1).

Розуміння сутності та різновидів інноваційних товарів дозволяє виділити основні вимоги, яким вони мають відповідати: вони є впровадженням об’єкта інтелектуальної власності, на які виробник має патенти, свідоцтва або ліцензії; їх розробка підвищує вітчизняний науково-технічний і технологічний рівень; їх вироблено вперше, або якщо не вперше, то порівняно з аналогами, представленими на ринку, вони є конкурентоздатними і мають суттєво вищі техніко-економічні показники [3, с. 42].

Для розробки інноваційних товарів існують різні методи. Основні з них представлено в таблиці 2.

Після того як підприємство, скориставшись одним із методів поданих в табл. 2, розробить інноваційний товар, необхідно приділити увагу формуванню стратегії управління його впровадженням, яка має включати в себе такі етапи: аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища; вибір стратегічних цілей та альтернатив розвитку; аналізування фінансового стану суб’єкта господарювання, оцінювання джерел фінансових ресурсів; вибір інноваційних проєктів; розрахунки фінансово-економічних показників суб’єкта господарювання в прогностичному періоді; розроблення плану управління розвитком суб’єкта господарювання; обґрунтування доцільності вибраної стратегії та можливості досягнення поставлених цілей [1, с. 59].

Що стосується української практики розробки та впровадження інноваційних товарів, то згідно з офіційними даними, спостерігається низьке впровадження інноваційних товарів, що говорить про неконкурентність української продукції як на вітчизняному, так і світовому ринку [4, с. 370]. В таблиці 3 згруповано основні показники розробки та впровадження інноваційних товарів промисловими підприємствами України в 2000–2020 рр.

Таблиця 1

Класифікація інноваційних товарів

Ознаки класифікації	Форми інновації					
	Рівень радикальності інноваційної розробки	базові		поліпшуючі		псевдоінновації
Масштаб ринку	нові у світі		нові в державі	нові у галузі		нові для підприємства
Причина виникнення інноваційної розробки	реактивні			реактивні		
Новітність технологічних параметрів	абсолютна			відносна		
Спрямованість впливу на виробничий процес	диверсифікаційні		раціоналізаційні		субститутні	
Відношення до прототипу товару	відкриваючі		замінюючі	відмінюючі	ретровведенні	
Тип виробничої стратегії фірми	традиційна	опортуністична	імітаційна	оборонна	залежна	наступальна
Рівень ризику	високий			середній		
За глибиною внесених у товар змін	адаптивна	новий варіант товару	новий вид товару	нове покоління товару	новий рід товару	

Джерело: побудовано автором за [6, с. 188]

Таблиця 2

Методи розробки інноваційних товарів

Автор	Метод	Суть методу
А. Осборн	Мозкового штурму	Є колективним методом пошуку винахідницьких рішень і нових бізнес ідей, основна особливість якого полягає в поділі учасників на критиків і "генераторів", а також поділ процесу генерації та критики ідей у часі
Ф. Кунце	Метод фокальних об'єктів	Пошук нових ідей шляхом приєднання до вихідного об'єкту властивостей або ознак випадкових об'єктів
Т. Голлвей	Коучинг	Діалог, під час якого відбувається повне рокриття потенціалу клієнта, підвищується його мотивація і він самостійно приходить до важливого для себе рішення і реалізує намічене
Р. Коллер	Метод пошукового конструювання	Призначений для синтезу технічних систем на нових принципах дії
К. Ісікава	Причинно-наслідкова діаграма	Застосовується при розробці та безперервному вдосконаленні продукції

Джерело: побудовано автором за [3, с. 43].

Таблиця 3

Основні показники розробки та впровадження інноваційних товарів промисловими підприємствами України в 2000–2020 рр.

Показник	Рік				
	2000	2017	2018	2019	2020
Витрати на інновації, млн. грн	1760,1	9117,5	12180,1	14220,9	14406,9
Питома вага підприємств, що впроваджували інновації, %	14,8	14,3	15,6	13,8	14,9
Впроваджено в виробництво інноваційних видів продукції, найменувань	15323,0	2387,0	3843,0	2148,0	4066,0
Питома вага реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової, %	9,4	0,7	0,8	1,3	1,9

Джерело: побудовано автором за [http://www.ukrstat.gov.ua/]

Протягом 2000–2020 рр. в Україні питома вага реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової зазнала суттєвого зниження з 9,4% в 2000 р. до 1,9% в 2020 р. Кількість впроваджених в виробництво інноваційних видів продукції зменшилась майже в 4 рази протягом досліджуваного періоду, хоча витрати на інновації зросли 12,6 млрд грн. Питома вага підприємств, що впроваджували інновації залишилась майже на тому самому рівні.

Щодо міжнародних рейтингів інновацій, то доречно проаналізувати глобальний індекс інновацій (GII), який ранжує світові економіки відповідно до їх інноваційних можливостей. Успішність економіки пов'язана з двома ключовими факторами: наявністю інноваційного потенціалу та умовами для його залучення. Тому індекс розраховується як зважена сума оцінок двох груп показників: наявних ресурсів і умов для проведення інновацій, а також досягнутих практичних результатів їх здійснення. Індекс розраховується за методикою міжнародної бізнес-школи INSEAD і містить 82 змінних, які ілюструють інноваційний розвиток держав світу. На рисунку 1 показано рейтинги України за 2018–2020 рр.

У 2020 р. Україна посіла 45-е місце у Глобальному індексі інновацій (GII) серед 131 країни світу. В 2020 р. Україна посідала 71-ше місце за обсягами інноваційних ресурсів, що вище, ніж в 2018 та 2019 рр. Щодо результатів інноваційної діяльності, то Україна в 2020 р. посіла 37-ме місце. Ця позиція нижча, ніж в 2018 та 2019 рр. Тобто, згідно з вищенаведеним рей-

тингом, наявних ресурсів і умов для виробництва та просування інноваційних товарів в Україні стало більше протягом досліджуваного періоду, проте, не зважаючи на це інноваційні результати погіршились, що, в свою чергу, призвело до 45-го місця в рейтингу, що краще ніж в 2019 р., проте гірше ніж в 2018 р.

Висновки. Проведене дослідження дає підстави стверджувати, що інноваційний розвиток підприємницької діяльності є не просто важливим, а об'єктивно необхідним та не має альтернатив. Інноваційне підприємництво є засобом досягнення комерційної мети і основним чинником для економічного розвитку. Основою такого підприємництва є виробництво та впровадження інноваційних товарів. Інноваційні товари мають надзвичайне значення для досягнення науково-технічного, економічного та соціального прогресу підприємств та економіки загалом, а якість вищезгаданих товарів – це прибутковість інноваційного підприємства. Що стосується сфери розробки та впровадження інноваційних товарів в Україні, то можна стверджувати, що інноваційні товари впроваджуються на низькому рівні. Глобальний індекс інновацій (GII) показує, що інноваційні результати погіршились протягом 2018–2020 рр. Все вищевикладене говорить про те, що пріоритетним напрямом політики держави має стати інноваційний розвиток України та його важлива складова – інноваційне підприємництво, тому що успішне впровадження інноваційних товарів забезпечить конкурентні переваги України в міжнародній торгівлі, а це вплине на економіку держави.

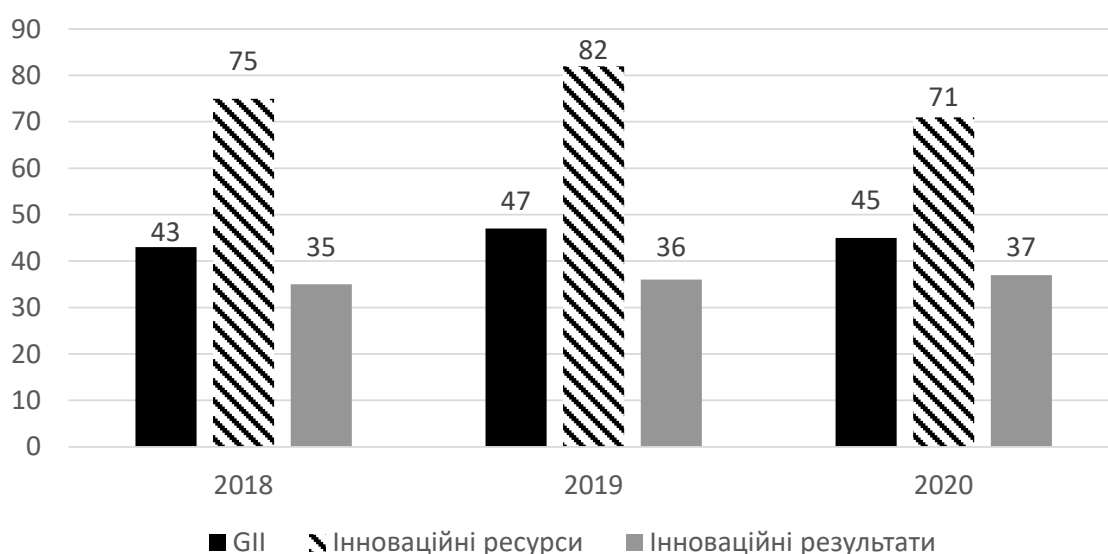


Рис. 1. Рейтинги України в глобальному індексі інновацій в 2018–2020 рр.

Джерело: побудовано автором за
[https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2020/ua.pdf]

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Бреус С.В., Байрамов М. Управління продуктовими інноваціями у контексті їх впровадження суб'єктом господарювання. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2020. № 3(26). С. 55–61.
2. Васютинська Ю.О. Новий товар та новизна товару. *Наукові праці НУХТ*. 2011. № 37, 38. С. 253–257.
3. Данько Т.В., Сметана Ю.О. Підприємницький підхід до розробки інноваційного товару. *Вісник Національного технічного університету „Харківський політехнічний інститут”*. 2012. № 11. С. 40–47.
4. Кашубська В.В. Особливості застосування стратегій просування інноваційної продукції в Україні. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. № 10. С. 369–373.
5. Мартиненко А.В., Перерва П.Г. Формування маркетингових стратегій для інноваційних товарів на окремих стадіях їх життєвого циклу. *Маркетинг і цифрові технології*. 2021. Том 5. № 1. С. 6–16.
6. Чучмарьова С.Ю. Підходи до класифікації товарних інновацій. *Вісник Національного університету „Львівська політехніка”*. 2012. № 739. С. 183–188.

REFERENCES:

1. Breus S.V., Bayramov M. (2020) Upravlinnya produktovymy innovatsiyamy u konteksti yikh vprovadzhennya sub'yektom hospodaryuvannya [Management of product innovations in the context of their implementation by the business entity]. *Skhidna Yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnya*, no. 3(26), pp. 55–61.
2. Vasyutyns'ka Yu.O. (2011) Novyy tovar ta novyzna tovaru [New product and novelty of the product]. *Naukovi pratsi NUKhT*, no. 37, 38, pp. 253–257.
3. Danko T.V., Smetana Yu.O. (2012) Pidpryyemnytskyy pidkhid do rozrobky innovatsiynoho tovaru [Entrepreneurial approach to the development of innovative products]. *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu „Kharkivskiy politekhnichnyi instytut”*, no. 11, pp. 40–47.
4. Kashubska V.V. (2016) Osoblyvosti zastosuvannya stratehiy prosuvannya innovatsiyanoi produktsiyi v Ukrayini [Features of application of strategies of promotion of innovative production in Ukraine]. *Hlobalni ta natsional'ni problemy ekonomiky*, no. 10, pp. 369–373.
5. Martynenko A.V., Pererva P.H. (2021) Formuvannya marketynhovykh stratehiy dlya innovatsiynykh tovariv na okremykh stadiyakh yikh zhyttyevoho tsykladu [Formation of marketing strategies for innovative products at certain stages of their life cycle]. *Marketynh i tsyfrovi tekhnolohiyi*, vol. 5, no. 1, pp. 6–16.
6. Chuchmarova S.Yu. (2012) Pidkhody do klasyfikatsiyi tovarnykh innovatsiy [Approaches to the classification of product innovations]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu „Lvivska politekhnika”*, no. 739, pp. 183–188.