

УДК 330.341.1:338  
JEL Classification: O 30, O 32, O 20

DOI: 10.37332/2309-1533.2020.1-2.11

Волощук Ю.О.,  
д-р екон. наук, доцент, директор навчально-  
наукового інституту дистанційної освіти,  
Богачик С.В.,  
аспірант,  
Подільський державний  
аграрно-технічний університет,  
Іванишин О.В.,  
аспірант<sup>\*\*</sup>,  
Національний університет  
біоресурсів і природокористування

## ЗАСАДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

Voloshchuk Yu.O.,  
dr.sc.(econ.), assoc. prof., director of the educational  
and scientific institute of distance education,  
Bohachyk S.V.,  
postgraduate student,  
State Agrarian and Engineering University in Podilia,  
Ivanyshyn O.V.,  
postgraduate student,  
National University of Life and Environmental Sciences

## PRINCIPLES OF PROVIDING INNOVATIVE DEVELOPMENT OF ENTERPRISES

**Постановка проблеми.** Стратегія науково-технічного розвитку організацій містить у собі питання цілеспрямованого пошуку напрямку НДДКР і реалізації інновацій, постановка цілей для НДДКР і наступних інновацій, розподіл витрат на дослідження і розробку інновацій, способи оцінки реалізації інновацій, утворення фондів економічного стимулювання за нову продукцію і технологію.

Мета стратегічного планування діяльності організації і визначення основних напрямків науково-технічної діяльності організації проявляється у цілеспрямованому пошуку напрямків дослідження і реалізації інновацій; розробці та впровадженні у виробниче використання інновації; нових технологічних процесах при освоєнні нової продукції; удосконаленні технології, що використовується; запровадженні нововведень та нового продукту в ринкове середовище та орієнтації на досягнення майбутніх результатів через подальший інноваційний процес і розподіл ресурсів. Саме тому виникає потреба у формуванні концептуальних основ забезпечення розвитку підприємств через розробку інновацій, їх впровадження та комерціалізацію.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Теоретичну та методологічну основу дослідження складають праці Ф. Янсена [1], який досліджував питання інноваційного розвитку бізнесу та комерціалізації інновацій; І. Ансоффа [2], М. Мескона, М. Альберта, Ф. Хедоурі [3], Ю. Плуґіної [4], Н. Побережного [5], І. Гвоздецької [6], Ш. Кіндорнея, Б. Мортонна [7], які звертали увагу на дослідження поняття «розвиток», зокрема і з точки зору інноваційного напрямку, інтелектуальної складової його забезпечення, а також з огляду на глобальні цілі сталого розвитку. Разом з тим, незважаючи на значні науково-практичні напрацювання у зазначеній проблематиці, потребує глибшого вивчення поняття сутності інноваційного розвитку підприємств в нових реаліях, недостатньо дослідженими залишаються теоретико-методологічні підходи до вирішення проблем такого розвитку. Сказане визначає

<sup>\*</sup>Науковий керівник: Волощук Ю.О. – д-р екон. наук, доцент, Подільський державний аграрно-технічний університет

<sup>\*\*</sup>Науковий керівник: Волощук К.Б. – д-р екон. наук, професор, Подільський державний аграрно-технічний університет

необхідність спеціальної уваги до визначення сутності, підходів до формування концептуальних засад забезпечення розвитку підприємств в нових умовах господарювання на інноваційній основі. Дані міркування визначають мету дослідження і практичну значущість його результатів.

**Постановка завдання.** Метою статті є обґрунтування доцільності використання теоретичних і методичних інструментів забезпечення інноваційного розвитку підприємств та подальше формування практичних засад їх ефективного функціонування.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Стратегія інновацій націлена на впровадження нових ідей, технологічних рішень, видів продукції і передбачає поєднання цілей технічної політики та політики капіталовкладень. Вона орієнтована на досягнення майбутніх результатів через інноваційний процес: дослідження, комерціалізацію, виробництво інноваційної продукції, її реалізацію.

Встановлено, що ідею нового технічного вирішення або шлях до нього підказують потреби ринку (45%), умови виробництва (30%) та аналіз технічних можливостей (21%) [8].

Комплекс передумов для вибору та реалізації інноваційного типу розвитку на підприємствах, які орієнтовані на різну цільову аудиторію споживачів, не є абсолютно однаковим, оскільки впливає і базується на рівні життя та добробуту населення.

Сучасний етап розвитку світової економіки більшість дослідників називають інноваційним. Будь-які зміни, що здійснюються на підприємствах та в організаціях, повинні носити цілеспрямований характер, тільки в цьому випадку можна говорити про розвиток підприємства, а, отже, і про розвиток економіки країни в цілому.

Незважаючи на те, що інновації – кращий спосіб процвітання в бізнесі, лише їх одних для розвитку недостатньо. Потрібно розуміти те, що відбувається на ринку, краще, ніж конкуренти, а для цього потрібно глибше проникати в сутність інноваційних процесів.

У широкій класифікації цих процесів Ф. Янсен виділяє такі основні напрямки, яким має бути приділена увага управлінців:

- рішення – формується культура процесу їх прийняття;
- прототипи – стадія їх формування;
- знання – генерування, надбання, використання знань;
- ідеї – їх генерування та інноваційне проектування;
- команда – процес формування проектної команди, розподіл обов'язків та відповідальності;
- удосконалення – стадія доведення продукції в процесі виробництва – перший етап реалізації інноваційного проекту;
- вихід на ринок і масове виробництво – вихід на ринок, закріплення на ньому, стадія масового виробництва – другий етап реалізації інноваційного проекту [1].

Достатня кількість успішних підприємств використовують свою інноваційну активність як вирішальну конкурентну перевагу. Тому механізм інноваційної активності дуже важливий і заслуговує пильної уваги. Модель «ТАМО» сформульована Ф. Янсеном розкриває «арену інновацій» та інноваційні аспекти і його уявлення про інноваційний процес як про інноваційну траєкторію розвитку підприємства, відповіді на сучасні ринкові тенденції, процеси комерціалізації, коли, так звана «петля взаємного посилення» дозволяє створювати різні вартості, задовольняючи групи учасників.

Модель «ТАМО» відображає значення інноваційного процесу для сучасного бізнесу. Виділимо п'ять положень моделі:

1. позначені чотири аспекти інноваційного процесу;
2. модель «ТАМО» і «арена інновацій»;
3. інноваційний процес як інноваційна траєкторія подій, цикли і спіралі;
4. модель «ТАМО» як реакція компанії на розвиток ринку;
5. інноваційний процес як процес комерціалізації нових ідей за рахунок «петлі взаємного посилення».

Успішні підприємства перевершують своїх суперників завдяки більш системному підходу до інноваційного процесу, розумінню, що цей процес безпосередньо пов'язаний з комерційною діяльністю, більш комплексному баченню.

Ф. Янсен про інновації висловлювався як про комерціалізацію чогось нового. Найголовніша інновація – це новий бізнес, але він пов'язаний з бізнес-ідеєю, заснованою на первісній інновації, і подальшої інноваційної хвилі або «арені інновацій» [1].

Тому саме комерціалізація інновацій тісно пов'язана зі стадіями інноваційного процесу і характеризується наступним рядом аспектів:

- 1) технологічний (Т – technological), коли в якості першого інноваційного результату науково-практичної діяльності виступає нова технологія – технологія, метод, новий алгоритм, порядок дій;
- 2) прикладний (А – applied), коли в якості другого результату інноваційного процесу виступають нові додатки технології у вигляді нових продуктів і послуг – продуктова інновація;
- 3) ринковий (маркетинговий) і логістичний (М – market (marketing), logistics), коли настає черга наступної стадії – виведення продуктів і послуг, та й самої технології на ринок і доставки до споживача. Тут мають місце маркетингові інновації у вигляді ринкового сегментування або групування

споживачів, застосування нових підходів у розрізі комплексу маркетингу. Далі просуваємо на ринок продукти в результаті інноваційної логістики у вигляді застосування різних операцій і схем логістичного ланцюжка обслуговування споживачів, і з'являється нова ринкова стратегія – маркетингова інновація, інноваційні логістика і сервіс;

4) організаційно-управлінський (О – organizational and managerial), коли в результаті нововведень в організаційному механізмі та системі управління з'являються нові організаційно-управлінські рішення та інновації.

Чотири компоненти моделі «ТАМО» і створюють так звану «арену інновацій», тобто, певну «інноваційну траєкторію». І зміни положення відповідно до цієї траєкторії можна означити як інноваційний процес. Тут розглядаються два аспекти:

1) інновації слід розглядати комплексно;

2) необхідно розглядати порядок появи та реалізації інновації в такій послідовності: «технологія – додатки – ринок – структура».

Найбільший ефект дають інновації, які використовуються комплексно, хоча мають місце випадки використання окремо чи певною групою.

Створюючи споживчу вартість на основі моделі «ТАМО», отримуємо перший комерційний результат – зростає споживча вартість для споживачів, і посилюється їх лояльність – «дія 1».

За рахунок цього зростає грошовий дохідів потік («дія 2»), що призводить до збільшення корпоративної вартості. Це дозволяє збільшити потік інвестицій та капітальних витрат («дія 3») в подальшу розробку нової продукції, товарів, послуг і процесів, що забезпечує третій комерційний результат, оскільки призводить до підвищення вартості для співробітників і партнерів, що, нарешті, робить замкнутою «петлю взаємного посилення», показано на рис. 1 [1].

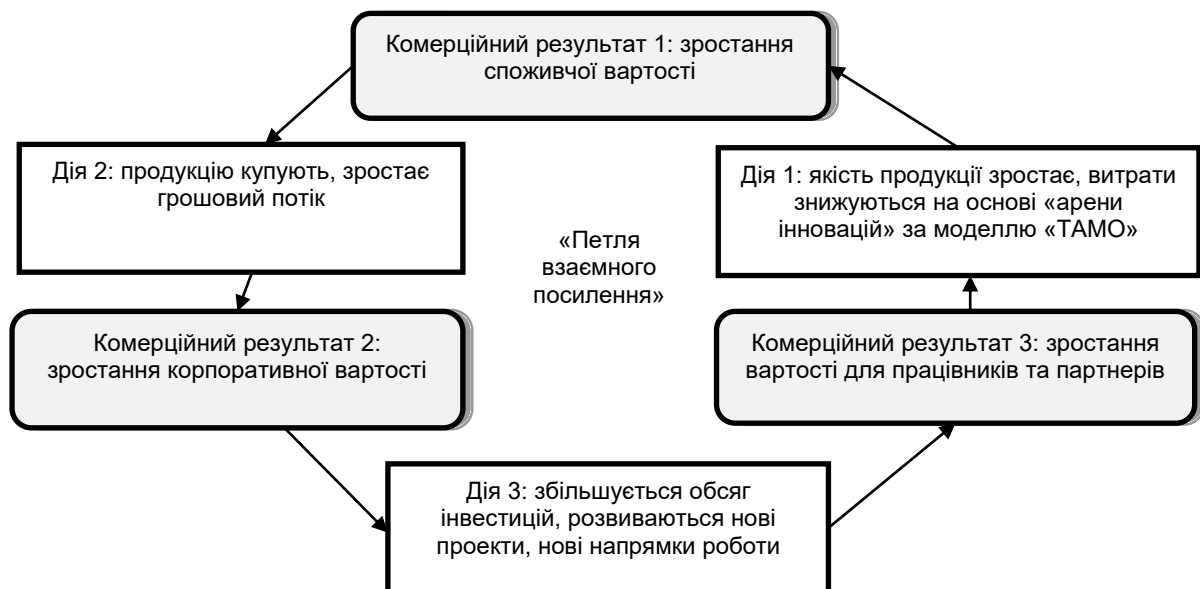


Рис. 1. «Петля взаємного посилення»

Джерело: [1]

Зміни положення на траєкторії робіт, дій і подій можуть бути ідентифіковані як інноваційний процес.

Нововведення одного аспекту пов'язано опосередковано з нововведеннями інших аспектів, і лише їх комплексна реалізація може говорити про повноту використуваної інноваційної хвилі.

Модель «ТАМО» – це відповідь на сучасну тенденцію розвитку бізнесу, коли переважаючою парадигмою управління стали інновації, і явно визначилися наступні тенденції до переходу на інший рівень розуміння:

- від аналізу окремих спеціальних та управлінських функцій до їх інтеграції;
- від фокусування на структурі до фокусування на процесах;
- від лінійного сприйняття до врахування нелінійності процесів;
- перехід до системного подання і розуміння процесів;
- зростаюча потреба в управлінні знаннями.

Відповідно, на цій основі можна побудувати схему оцінки якості адаптації підприємства до нововведення та спрогнозувати його подальший розвиток.

Розвиток розглядаємо як процес специфічних змін, пов'язаних з формуванням якісно нового, поступального сходження від нижчого до вищого, від простого до складного. Оскільки розвиток – це

процес, то він, як і будь-який процес, має рушійну силу. Рушійною силою є результат суперечностей між потребами, наявними механізмами під впливом різноманітних факторів та чинників. Рушійна сила проявляється у підвищенні активності системи чи підприємства, яка спрямована на розвиток системи якостей, необхідних для задоволення певних потреб [9].

Розглядаючи погляди різних учених на поняття «розвиток», можна дійти висновку, що розвиток розглядають як ускладнення певної системи, якісні перетворення структури та ріст економіки, прогрес різного роду явищ, покращення використання наявних ресурсів, зростання тощо [2–7].

Розвиток будь-якого явища можна характеризувати якісними змінами та незворотним шляхом, і такий процес іноді характеризує специфічність. Тобто, розвиток підприємств може бути забезпеченим за допомогою інновацій різного виду. Цілями можуть бути підвищення ефективності виробництва, розширення частки ринку, збільшення прибутку і т. п., однак основною метою є забезпечення умов тривалого виживання і стійкого розвитку підприємства на ринку в умовах неоіндустріальної модернізації.

Вважаємо, що на формування концептуальних засад забезпечення інноваційного розвитку підприємства безпосередньо впливають особливості інновацій у галузі, які визначають теоретичні засади, основні складові елементи управління, методичне підґрунтя та подальше його удосконалення. Але при цьому незалежно від мети інноваційної діяльності має бути досягнута ефективність функціонування бізнес-процесів підприємства в цілому.

Основними методичними інструментами інноваційного розвитку підприємства є:

- необхідність та глибина інновацій – залежно від результатів господарської діяльності та фінансового стану підприємства; бажаної ринкової позиції та споживчої прихильності і оцінки стейкхолдерами;

- оцінка готовності та здатності здійснення інноваційного розвитку – інноваційного потенціалу за виділеними складовими, що включають як внутрішнє, так і ринкове середовище та визначається готовністю до впровадження інновацій;

- визначення сфер застосування інновацій через виявлення конкурентних недоліків на основі оцінки та важливості факторів конкурентоспроможності;

- інноваційна активність дає характеристику готовності для оновлення інноваційної системи та її основних елементів, безпосередньо знань, техніко-технологічного оснащення та інформаційно-комунікаційних технологій при умові їх ефективного використання (структур і культур), сприйняття всіх новацій;

- комерціалізація – виступає, як процес залучення результатів наукових досліджень в економічний (комерційний) обіг у різних сегментах національного та глобального ринків;

- міжнародне та публічно-приватне партнерство механізми залучення національних та іноземних інвестиційних коштів у інноваційний розвиток.

Відзначимо, що на формування концептуального підходу до управління інноваційним розвитком підприємства здійснюють безпосередній вплив виділені особливості. Вони можуть виступати як конкретні практичні інструменти, що визначають необхідну глибину інновацій, можливість та готовність до активного інноваційного розвитку та визначати необхідну сферу застосування інновацій через виділення конкурентних недоліків.

Формуючи схему концептуальних засад до управління інноваційним розвитком підприємств, необхідно зауважити, що він містить поняття об'єкту та предмету дослідження, місію та цілі, методичне підґрунтя та рівні, за допомогою яких вивчають необхідність інновацій, оцінюється потенціал інноваційного розвитку, визначається напрямками реалізації: теоретичний, методичний, інструментальний, організаційно-практичний, комерціалізація результатів досліджень, міжнародне та державно-приватне партнерство щодо фінансування інноваційної діяльності та ефективність розвитку підприємств в інноваційному бізнесі.

Схематичне узагальнення результатів формування положень забезпечення інноваційного розвитку підприємства представлено на рис. 2.

Ефективність інноваційного розвитку як процес можна розглядати з декількох позицій, таких як: організаційна ефективність, в першу чергу споживачів, коли отримуємо перший комерційний результат – підвищується зростання вартості для споживачів, а в кінцевому рахунку посилюється їх лояльність; економічна ефективність, коли збільшується потік доходів і дає другий комерційний результат – зростання корпоративної вартості, що дозволяє здійснювати капіталовкладення в подальшу розробку товарів, послуг і процесів та забезпечує третій комерційний результат; і далі соціальний ефект – оскільки веде до зростання, тобто загальної результативності для зацікавлених осіб. А ефективність розвитку вимірює вплив усіх чинників та прогрес у досягненні цілей розвитку, відображаючи ступінь вкладу кожної частини в загальну результативність, що приводить до цільових змін.



**Рис. 2. Концептуальні засади забезпечення інноваційного розвитку підприємств**  
Джерело: розроблено авторами

Інноваційний розвиток підприємств дозволяє організаціям вийти за рамки виробничої стадії відтворювального циклу, надає їм можливість активно брати участь у формуванні інноваційної стратегії, концентрувати зусилля і засоби на відновленні, розробці й освоєнні нової техніки, найбільш повному задоволенні запитів споживачів.

**Висновки з проведеного дослідження.** Підсумовуючи вищезазначене, можемо стверджувати, що інноваційний розвиток підприємства варто визначати як процес спрямованої закономірної зміни його стану, що залежить від цілеспрямованого, послідовного руху до збалансованого інноваційного стану під впливом синергетичної дії інноваційного потенціалу, періодичному перегрупуванні сил, обумовленому логікою НТП, джерелом якого є інновації, що створюють якісно нові можливості шляхом уміння знаходити стратегічні пріоритети та цілеспрямований пошук ідей, нових рішень, способів їх комерціалізації та реалізації як стимуляторів забезпечення перемоги у конкурентній боротьбі.

Вважаємо, що для ефективного використання інновацій у виробництві необхідне вироблення дієвої інноваційної політики підприємства. Її розробка передбачає визначення цілей і стратегій розвитку підприємства на найближчу перспективу і на майбутнє, виходячи з оцінки потенційних можливостей і забезпеченості ресурсами на основі стратегічних пріоритетів інноваційного розвитку підприємств.

### Література

1. Янсен Ф. Эпоха инноваций / пер. с англ. Москва : Инфра-М, 2002. 308 с.
2. Ансофф И. Стратегическое управление / пер. с англ. Москва : Экономика, 2005. 303 с.
3. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. Москва : Изд-во «Дело», 1994. 680 с.
4. Плугіна Ю. А. Інтелектуальний розвиток: сутність поняття. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. Харків, 2011. № 36. С. 193-196.
5. Побережний Р. О. Основні напрямки розвитку підприємств машинобудування. *Вісник національного технічного університету «ХПІ»*. Харків, 2012. № 13. С. 90-100.
6. Гвоздецька І. В. Науково-теоретичні основи дефініції економічний розвиток. *Науковий вісник Полісся*. 2016. № 2 (6). С. 38-44.
7. Development effectiveness: towards new understandings / By Shannon Kindornay and Bill Morton. URL: <http://www.nsi-ins.ca/wp-content/uploads/2012/10/2009-Development-effectiveness-towards-new-understandings.pdf> (дата звернення: 04.01.2020).
8. Інноваційна Україна 2020: національна доповідь / За заг. ред. В. М. Гейця ; НАН України. Київ, 2015. 336 с.
9. Волощук Ю. О. Діалектична сутність поняття «ефективний розвиток». *Проблеми системного підходу в економіці: Збірник наукових праць Національного авіаційного університету*. 2018. Випуск 3(65). Частина 1. С. 13-19.

### References

1. Yansen, F. (2002), *Epokha innovatsiy* [The Age of innovation], Infra-M, Moscow, Russia, 308 p.
2. Ansoff, I. (2005), *Strategicheskoe upravlenie* [Strategic management], Ekonomika, Moscow, Russia, 303 p.
3. Meskon, M., Albert, M. and Khedouri, F. (1994), *Osnovy menedzhmenta* [Fundamentals of management], Izd-vo «Delo», Moscow, Russia, 680 p.
4. Pluhina, Yu.A. (2011), "Intellectual development: the essence of the concept", *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti*, Kharkiv, Ukraine, no. 36, pp. 193-196.
5. Poberezhnyi, R.O. (2012), "Main directions of development of machine-building enterprises", *Visnyk natsionalnoho tekhnichnoho universytetu «KhPI»*, Kharkiv, Ukraine, no. 13, pp. 90-100.
6. Hvozdetska, I.V. (2016), "Scientific and theoretical foundations of the definition of economic development", *Naukovyi visnyk Polissia*, no. 2 (6), pp. 38-44.
7. Kindornay, Shannon and Morton, Bill (Ed.) "Development effectiveness: towards new understandings", available at: <http://www.nsi-ins.ca/wp-content/uploads/2012/10/2009-Development-effectiveness-towards-new-understandings.pdf> (access date January 04, 2020).
8. Heiets, V.M. (Ed.) (2015), *Innovatsiina Ukraina 2020: natsionalna dopovid* [Innovative Ukraine 2020: National Report], NAN Ukrainy, Kyiv, Ukraine, 336 p.
9. Voloshchuk, Yu.O. (2018), "Dialectical essence of the concept of "effective development"", *Problemy systemnoho pidkhodu v ekonomitsi: zbirnyk naukovykh prats Natsionalnoho aviatsiinoho universytetu*, Issue 3(65), Part 1, pp. 13-19.

Стаття надійшла до редакції 24.01.2020 р.