

УДК 658:330.341.1

DOI: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/19.6>**Ткаченко П.В.**

аспірантка кафедри бізнес-економіки та підприємництва  
Державний вищий навчальний заклад  
«Київський національний економічний університет  
імені Вадима Гетьмана»

## ТЕОРЕТИЧНЕ ПІДГРУНТЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

*У статті розглянуто теоретичні аспекти визначення та класифікації інноваційної діяльності підприємств. Проаналізовано законодавчу базу здійснення інноваційної діяльності в Україні, а також ключові аспекти Керівництва Осло. Визначено недоліки у формулюваннях визначень понять «інноваційна діяльність» та «інноваційне підприємство». Виділено основні ознаки інноваційного підприємства та запропоновано більш чіткий їх математичний опис для правильного визначення виду діяльності, до якого належать витрати. Описано та структуровано види інновацій, а також їх значення у звичайній діяльності підприємства, визначено взаємозв'язок між видами інновацій та послідовністю їх впровадження у діяльність підприємства. Побудовано ієрархію інновацій на підприємстві згідно з впливом, які вони мають на інноваційну та звичайну діяльність підприємства, а також сформовано їх схему. Розглянуто випадки, які не можуть вважатись впровадженням інновацій, а є частиною перебігу звичайної діяльності підприємства.*

**Ключові слова:** інноваційна діяльність, інноваційне підприємство, інновація, організаційне забезпечення інноваційної діяльності.

**Постановка проблеми.** Для того щоб не втрачати позиції на ринку, сучасним підприємствам необхідно вдаватись до усіх можливих способів підтримки своєї конкурентоспроможності. Одним із таких способів є виготовлення інноваційної продукції та/або використання інноваційних технологій для її виготовлення. Проте для того щоби підприємство вважалось інноваційно активним, необхідно виявити сутність понять «інновація», «інноваційна діяльність» тощо. Є потреба у виявленні алгоритму та способів ведення інноваційної діяльності на підприємстві.

Також сьогодні важливим є питання особливостей імплементації різних видів інновацій у діяльність підприємства та їх впливу на ефективність ведення щоденної діяльності підприємства загалом. В рамках цієї проблеми постає питання визначення критерія інноваційності підприємства для можливостей порівнянності діяльності різних підприємств.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблеми теоретичного підґрунтя інноваційної діяльності розглядалися багатьма

вітчизняними та зарубіжними вченими. Так, О.П. Косенко [2] та Р.В. Мершиєв [7] інновації та інноваційну діяльність загалом розглядають як передумову ефективної роботи підприємства, у їх працях досліджувались фактори, які мають прямий та опосередкований вплив на інноваційну діяльність підприємства, а також розглядався їх взаємозв'язок. Т.В. Полозова, Д.Ю. Кривцун [8], А.В. Мартиненко, П.Г. Перерва [4] у своїх роботах підкреслюють важливість чіткості критеріїв визнання підприємства інноваційним та організації ведення інноваційної діяльності підприємства згідно зі стратегічним планом розвитку підприємства. А.В. Кравчук [3] підкреслює значення чітко сформованого інструментарію для аналізу інноваційної діяльності та важливість можливості порівнянності даних. Також розглядалися роботи вчених [5; 6; 11; 12], які детально розглядали фактори впливу на інноваційну діяльність та особливості її ведення саме на промислових підприємствах, що, безперечно, має свої особливості.

**Мета статті** полягає у дослідженні теоретичної бази ведення інноваційної діяльності,

а саме у визначенні понять, класифікацій, їх застосування у щоденній діяльності підприємств та їх впливу на організацію діяльності.

**Виклад основного матеріалу.** Згідно з Керівництвом Осло, інновацією є «введення у загальний вжиток якого-небудь нового або значно покращеного продукту (товару або послуги) або процесу, нового методу маркетингу або нового організаційного методу, а також ділова практика, організація робочих місць або зовнішніх зв'язків» [1]. З цього визначення випливає, що мінімальною ознакою інновації є її характер, що покращує.

Щодо інноваційної діяльності, то вона визначається як «наукові, технологічні, організаційні, фінансові і комерційні дії, які реально приводять до реалізації інновацій або задумані з такою ціллю». На нашу думку, слід підкреслити той момент, що якщо ми маємо на увазі інноваційну діяльність підприємств, то слід трохи змінити визначення з огляду на сутність підприємницької діяльності. Згідно із ЗУ «Про підприємництво», підприємництво визначається як «безпосередня самостійна, систематична, на власний ризик діяльність із виробництва продукції, виконання робіт, надання послуг задля отримання прибутку, яка здійснюється фізичними та юридичними особами, зареєстрованими як суб'єкти підприємницької діяльності у порядку, встановленому законодавством» [10]. Ключовим є те, що в принципі підприємництво здійснюється задля отримання прибутку, і якщо ми говоримо про те, що на підприємстві здійснюється інноваційна діяльність, то стає очевидно, що інновації, імплементовані там, запроваджуються не заради самих інновацій, а задля максимізації доходу підприємства і, як наслідок, прибутку. Тоді ми можемо визначити інноваційну діяльність

як комплекс дій наукового, технологічного, організаційного, фінансового й комерційного характеру, які спрямовані на реалізацію інновацій на підприємстві задля максимізації прибутку.

Також Керівництво Осло визначає інноваційним підприємством таке підприємство, яке впровадило якусь інновацію впродовж періоду часу, встановленому під час дослідження. Нажаль, таке визначення дає простір для маніпуляцій даними, оскільки фактично якщо підприємство впровадило інновацію 10 років тому, то, встановивши період дослідження 10 років, ми отримаємо його у списку інноваційних підприємств. Дуже показовим є приклад, що за 2020 рік велика кількість підприємств придбала професійні версії програмного забезпечення для дистанційної комунікації у зв'язку з пандемією, що загалом можна розглядати як інновацію організаційного характеру, а за статистичними даними за 2020 рік матимемо велику кількість інноваційних підприємств, що, як покажуть майбутні роки, не відповідає дійсності. На нашу думку, для більш чіткого визначення інноваційного підприємства необхідно визначити більш жорсткі критерії. Також при цьому необхідно врахувати розмір і галузь діяльності, наприклад, у більш технологічних галузях шляхом модернізації обладнання реальніше впроваджувати інновації, тому критерій інноваційності підприємства необхідно розглядати в межах відсоткового відношення витрат на інноваційну діяльність підприємства до доходу цього підприємства. Відповідно, чим більшу частку у доходах підприємства займають витрати на інноваційну діяльність, тим більший критерій інноваційності підприємства. Таке відношення можна виразити такою формулою (1):

$$\text{Критерій інноваційності підприємства} = \frac{\text{Витрати на інноваційну діяльність}}{\text{Дохід}} \% . \quad (1)$$

Загалом розрізняють такі види інновацій [11]:

1) продуктові інновації – імплементация товарів або послуг, нових для ринку або якісно покращених;

2) процесні інновації – впровадження нового або значно покращеного способу виробництва або доставки продукту;

3) маркетингова інновації – впровадження нового методу маркетингу, включаючи значні зміни у дизайні або упаковці продукту, його розміщенні, просуванні на ринок або у призначенні ціни;

4) організаційні інновації – впровадження нового організаційного методу у діловій

практиці підприємства, в організації робочих місць або зовнішніх зв'язків.

Розглянувши визначення видів інновацій, можемо відобразити взаємозв'язок видів інновацій (рис. 1).

Зображений взаємозв'язок можна пояснити перебігом звичайної діяльності підприємства, робота якого починається з організації загалом. За наявності загалом організованих процесів у підприємстві можемо конкретизувати завдання для окремого виду діяльності підприємства – маркетингової діяльності. Згідно з визначенням маркетингових інновацій, інновації можуть стосуватись навіть певних частин продукту, тому завершальною ланкою будуть продуктові інновації.

На нашу думку, на підприємствах має бути певна логічна послідовність ведення інноваційної діяльності, оскільки бажання підприємств залишатися конкурентними на ринку можуть спонукати їх до продуктових інновацій, до яких вони можуть бути не готові через те, що потребують якісного вдосконалення на більш загальних організаційних рівнях.

Через це пропонуємо розмістити інновації за такими рівнями:

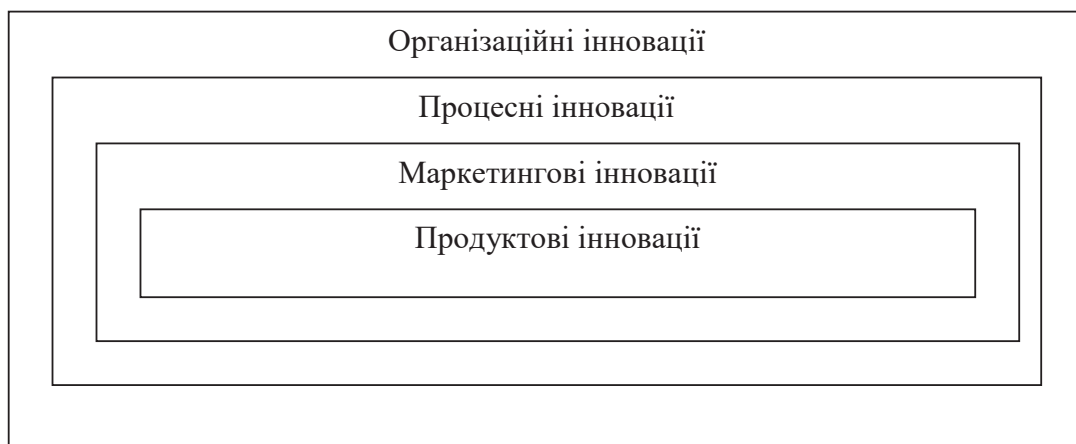
1) Базовий рівень – організаційні інновації. Як уже зазначалось, реалії пандемії перевели багато підприємств на дистанційну форму роботи, тому, адаптуючись до таких умов, підприємство робить загалом можливою свою роботу.

2) Базис із надбудовою – процесні інновації. Забезпечивши роботу підприємства

загалом, можемо підійматись на наступний рівень, а саме забезпечувати роботу підприємства інноваційними процесами (автоматизація обліку, документообігу та/або технологізація виробництва).

3) Базис із надбудовою другого рівня – маркетингові інновації. Нинішні тенденції маркетингу вказують на те, що без інновацій у маркетинговій сфері неможливе забезпечення конкурентоспроможності підприємства, оскільки важлива репутація підприємства як серед споживачів, так і серед конкурентів, а використання застарілих інструментів маркетингу створює імідж «динозавра».

4) Базис із надбудовою третього рівня – продуктові інновації. Продуктові інновації є частиною маркетингових інновацій, оскільки управління якістю, технологічністю та актуальністю продукту є частиною маркетингової стратегії підприємства. Ми розмістили продуктові інновації на найвищому рівні, оскільки вони найлегше імплементуються за умови забезпечення високотехнологічного процесу виробництва та інноваційно організованої діяльності підприємства. Очевидно, що на практиці підприємство рідко впроваджує процесні або організаційні інновації, якщо і так все працює, бо це передбачає додаткові витрати коштів. Проте часто такі інновації здійснюються в комплексі, адже ідея впровадження інноваційної продукції викликає реакцію інших підрозділів підприємства, щоб ця ідея змогла стати реалізованою.



**Рис. 1. Взаємозв'язок видів інновацій**

*Джерело: складено автором на основі [1]*

Потрібно враховувати, що не всі зміни у діяльності підприємства можна вважати інноваціями. Керівництво Осло визначає певний перелік змін, які не визнаються інноваціями. Розглянемо їх детальніше нижче.

Згідно з пунктом 198 [1], не визнається інновацією завершення якоїсь діяльності, навіть якщо це приводить до покращення роботи підприємства. Наприклад, не буде вважатись інновацією закриття виробництва старих моделей телефонів, які не користуються попитом на ринку. Аналогічно до цього не буде вважатись інновацією також припинення використання якогось маркетингового або організаційного методу.

Згідно з пунктом 199 [1], не вважається інновацією переміщення або розширення капіталу. Придбання обладнання, що є аналогічним до того, що використовується, або невелике доповнення чи модернізація наявного обладнання або програмного забезпечення не може вважатись інновацією. У бухгалтерському обліку такі витрати капіталізуються та збільшують вартість таких основних засобів або нематеріальних активів, але не належать до витрат на інноваційну діяльність.

Також не вважається інновацією зниження собівартості виробництва за рахунок падіння ціни на фактори виробництва.

Слід звернути увагу підприємствам, які роблять продукцію на замовлення, на те, що продукція змінюється під потреби замовника. Проте водночас якщо підприємство впровадить спосіб виробництва на замовлення на заміну своєму звичайному способу виробництва, то це вже вважатиметься інновацією.

Відповідно до пункту 203 [1] Керівництва Осло, інноваціями не можуть вважатися зміни в асортименті чи способі виробництва, які пов'язанні із сезонними чи іншими циклічними змінами. Це часто стосується підприємств легкої промисловості. Так, зміна дизайну одягу чи взуття відповідно до пори року не може вважатись ні продуктовою, ні маркетинговою інновацією.

Необхідно зважати на те, що за умови продажу інноваційної продукції підприємство може вважатись інноваційним, тільки якщо воно саме його виробило. Якщо ж підприємством є тільки посередником із про-

дажу інноваційних товарів, то про інноваційну діяльність йтися не може.

**Висновки.** В умовах висококонкурентного середовища задля того, щоби підприємству не втрачати позиції, необхідно слідувати ринковим трендам, у чому важливу роль відіграє інноваційна діяльність підприємства.

Для того щоб визначити порядок її перебігу на підприємстві та аспекти управління нею, необхідно ознайомитися з основними поняттями, що так чи інакше зустрічаються в рамках інноваційної діяльності підприємства, та розтлумачити їх. Для цього ми детально розглянули Керівництво Осло та українське підприємницьке законодавство, що дало змогу виявити особливості та провести глибокий аналіз теоретичного підґрунтя перебігу інноваційної діяльності на підприємствах.

Визначення ознак, що надають підприємству статусу інноваційного підприємства, дає змогу чітко сформулювати визначення інноваційної діяльності, що спрощує його тлумачення для задоволення цілей обліку та аналізу діяльності. Цьому також сприяло вивчення особливостей законодавчого регулювання підприємницької діяльності в Україні.

Розглянуті теоретичні основи інноваційної діяльності на підприємствах дали змогу скласти чітку ієрархію інновацій та визначити їх ознаки. Виділені особливості, що вказують на те, що не є інноваціями, допоможуть чітко класифікувати витрати, що виникають в ході звичайної діяльності підприємства і чітко відрізняють їх від витрат, що належать до інноваційної діяльності.

Відповідно, стає можливим створення класифікації статей витрат на інноваційну діяльність підприємства згідно з особливостями звичайної діяльності підприємства та його облікової політики.

Подальші наукові дослідження передбачають вивчення особливостей відображення обліку витрат на інноваційну діяльність та способи їх класифікації залежно від вибраного методу відображення. Також планується визначення впливу методології відображення витрат на інноваційну діяльність на ефективність управління ними та самої інноваційної діяльності підприємства.

**Список використаних джерел:**

1. Керівництво (рекомендації) Осло 2018. Керівні принципи збору, звітності та використання даних про інновації: OECD та Євростат. 2018. 300 с.
2. Косенко О.П. Комерціалізація інтелектуально-інноваційних технологій : монографія. Харків : Смуґаста типографія, 2015. 517 с.
3. Кравчук А.В. Аналіз інноваційної активності промислових підприємств. *Сучасні технології менеджменту* : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (м. Луцьк, 7 листопада 2018 року). Луцьк, 2018. С. 85–87.
4. Мартиненко А.В., Перерва П.Г. Інноваційний процес як основа ефективної діяльності підприємства. *Теоретичні та практичні дослідження молодих науковців* : праці XIII Міжнародної науково-практичної конференції магістрантів та аспірантів (м. Харків, 19-22 листопада 2019 року). Харків, 2019. С. 350.
5. Маслак О.О. Чинники впливу на інноваційну діяльність промислових підприємств. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2012. № 22.8. С. 269–274.
6. Маслак О.І., Гришко Н.Є., Маслак М.В., Пирогов Д.Л. Information analytical provision in formation of innovational projects portfolio of enterprises in the context of safety-oriented management. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. 2020. № 2(33). С. 205–214.
7. Мершиев Р.В. Проблемы оценки эффективности инноваций. *Горный информационно-аналитический бюллетень*. 2010. № 5. С. 114–119.
8. Полозова Т.В., Кривцун Д.Ю. Інноваційна діяльність підприємства та економічна сутність інноваційного процесу. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2015. № 12. С. 108–113.
9. Про інноваційну діяльність : Закон України від 4 липня 2002 року № 40-IV / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text> (дата звернення: 11.08.2021).
10. Про підприємництво : Закон України від 29 січня 2020 року № 698-ХІІ / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/698-12#Text> (дата звернення: 11.08.2021).
11. Чумак Л.Ф. Інноваційна діяльність підприємства в сучасних умовах. *Бізнес-Інформ*. 2012. № 12. С. 209–212.
12. Яшкіна О.І. Інноваційна діяльність підприємств України: тенденції розвитку та чинники впливу. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2013. № 4. С. 181–189.

**References:**

1. OECD (2018) Kerivnyystvo (rekomentatsii) Oslo 2018. Kerivni pryntsyry zboru, zvitnosti ta vykorystannia danykh pro innovatsii [Guidelines (recommendations) Oslo 2018. Guidelines for the collection, reporting and use of data on innovation]. Oslo: OECD.
2. Kosenko O.P. (2015) Komertsializatsiia intelektualno-innovatsiinykh tekhnolohii [Commercialization of intellectual and innovative technologies]. Kharkiv: Smuhasta typohrafiia. (in Ukrainian)
3. Kravchuk A.V. (2018) Analiz innovatsiinoi aktyvnosti promyslovykh pidpryiemstv [Analysis of innovative activity of industrial enterprises]: *Suchasni tekhnolohii menedzhmentu* (Ukraine, Lutsk, November 7, 2018) (eds. Cherchuk L.M.). Lutsk, pp. 85–87.
4. Martynenko A.V., Pererva P.H. Innovatsiinyi protses yak osnova efektyvnoi diialnosti pidpryiemstva [Break PG Innovation process as the basis of effective enterprise activity]: *Teoretychni ta praktychni doslidzhennia molodykh naukovtsiv* (Ukraine, Kharkiv, November 19–22, 2019) (eds. Sokol E.I.), Kharkiv: *Teoretychni ta praktychni doslidzhennia molodykh naukovtsiv*, p. 350.
5. Maslak O.O. (2012) Chynnyky vplyvu na innovatsiinu diialnist promyslovykh pidpryiemstv [Factors influencing the innovation activity of industrial enterprises]. *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy*, no. 22.8, pp. 269–274.
6. Maslak O.I., Hryshko N.Ie., Maslak M.V., Pyrohov D.L. (2020) Information analytical provision in formation of innovational projects portfolio of enterprises in the context of safety-oriented management. *Finansovo-kredytna diialnist: problemy teorii ta praktyky*, no. 2(33), pp. 205–214.
7. Mershyev R.V. (2010) Problemy otsenky efektyvnosti innovatsyi [Problems of evaluating the effectiveness of innovations]. *Novyy informatsionno-analiticheskyi biulleten*, no. 5, pp. 114–119.
8. Polozova T.V., Kryvtsun D.Iu. (2015) Innovatsiina diialnist pidpryiemstva ta ekonomichna sutnist innovatsiinoho protsesu [Innovative activity of the enterprise and economic essence of innovation process]. *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu*, no. 12, pp. 108–113.

- 
9. Law of Ukraine on innovation activity №40-IV (2002, July 4). Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text>
10. Law of Ukraine on entrepreneurship №698-KhII (2020, January 29). Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/698-12#Text>
11. Chumak L.F. (2012) Innovatsiina diialnist pidpriemstva v suchasnykh umovakh [Innovative activity of the enterprise in modern conditions]. *Biznes-Inform*, no. 12, pp. 209–212.
12. Iashkina O.I. (2013) Innovatsiina diialnist pidpriemstv Ukrainy: tendentsii rozvytku ta chynnyky vplyvu [Innovative activity of Ukrainian enterprises: development trends and factors of influence]. *Marketynh i menedzhment innovatsii*, no. 4, pp. 181–189.

**Tkachenko Polina**

*State Higher Educational Institution  
Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman*

## THEORETICAL BASIS OF ENTREPRENEURIAL INNOVATIVE ACTIVITY

*The purpose of the article is to study the theoretical innovation basis by defining the concepts of “innovation”, “innovation” and “innovation enterprise” and identify their relationship; identification of classifications and their application in the daily activities of enterprises and their impact on the organization of activities. The article considers the theoretical aspects of the definition and classification of enterprises’ innovative activities. The legal framework for innovation in Ukraine is analyzed, as well as key aspects of the Oslo Management. Deficiencies in the wording of the definitions of “innovation” and “innovation enterprise” have been identified. The main features of an innovative enterprise are highlighted and a clearer mathematical definition is proposed for a clear definition of the activity type to which the costs relate. Described and structured types of innovations and their importance in the normal activities of the enterprise also define the relationship between the innovation types and the sequence of their implementation in the enterprise. The hierarchy of innovations at the enterprise is constructed according to influence which they have on innovative and usual enterprise activity and their scheme is constructed. Cases are considered that cannot be considered the introduction of innovations, but are part of the normal operation of the enterprise. In writing the article, such general scientific methods as analysis, synthesis, induction and deduction, abstraction and analogy were used to determine the relationship between the types of innovations in the enterprise and combine them into a single system of innovations. This article will be useful for those who need a brief and specific description of the innovation activity organization in the enterprise, the definition of “innovation activity”, “innovation enterprise” and criteria for their definition in practice. The author also proposes a generalized formula for determining the criterion of innovation, which can be used in the innovative activity’s economic analysis of the enterprise over the years and to compare the innovative activities of enterprises with each other.*

**Key words:** innovative activity, innovative enterprise, innovation.

**JEL classification:** O31, O32

---