

УДК 338.33.001

**СУЩНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ ИННОВАЦИЙ В ЭФФЕКТИВНОЙ  
ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ****Соколы И.И., д.е.н.****К. Аль-Мула Али***E-mail: khalidama@meta.ua**Одесский национальный политехнический университет*

У статті продемонстрована сутність і значення інновацій в ефективній інноваційній діяльності підприємств; систематизовані різноманітні точки зору на сутність інновацій; показана закономірність застосування маркетингового підходу до визначення феномена інновації, різниця між термінами «інновація» і «інноваційний процес». Перераховані принципи ефективних інновацій; показано сутність новизни інновації; сформована система класифікацій інновацій за ступенем радикальності (новизни), за характером застосування, залежно від стимулів, від місця в процесі відтворення, залежно від масштабу. Розроблена система класифікації нововведень за критерієм проходження етапів практичного впровадження: ті, що минули стадію наукової розробки (ідеї та проекти); ті, що минули стадію дослідної розробки (зразки, новації); ті, що минули стадію комерціалізації (інновації). Намічені шляхи удосконалення інноваційної діяльності.

**Ключові слова:** інновація, інноваційна діяльність, групи інновацій, інноваційний процес, нововведення

UDC 338.33.001

**THE ESSENCE AND MEANING OF INNOVATIONS IN EFFECTIVE  
INNOVATIVE ACTIVITY OF THE ENTERPRISE****Sokoly I.I., Doctor of Economics****K. Al-Mula Ali***E-mail: khalidama@meta.ua**Odessa National Polytechnic University*

The nature and significance of innovation in the innovative performance of enterprises has been demonstrated; various points of view on the stage of innovation have been systematized; the pattern of application of the market approach to the definition of the phenomenon of innovation has been shown as well as the difference between the terms «innovation» and «innovative process». The principles of effective innovation have been listed; the essence of novelty of innovation has been shown; a system of classification of innovations according to the degree of radicalism of innovation (novelty); the nature of the application; incentives; a place in the process of reproduction; on the scale has been established. a classification system of innovations by criteria for passing the practical implementation steps has been developed: those that passed the stage of scientific development (ideas and projects); those that passed the stage of the experimental design (samples, innovations); those that passed the stage of commercialization (innovation); The ways of improving innovative activity have been identified.

---

© Соколы И.И., д.е.н., К. Аль-Мула Али, 2014

**Keywords:** innovation, innovative activity, innovation groups, innovation process, innovation

**Актуальность проблемы.** Современное экономическое развитие Украины характеризуется интенсивным изменением и взаимодействием подсистем, составляющих социально–экономическую систему. Усложняется ее структура, связи между элементами, изменяется социально–экономическая и технико–технологическая среда. В таких условиях особенное значение приобретает выявление ключевого звена в экономической системе, которое, с одной стороны, выражало бы меру трансформации и эволюции системы, а с другой – отличалось свойствами упорядочения и самоорганизации. Инновации выполняют особую функцию в системе воспроизводства – функцию порождения изменений, что позволяет оценить их как источник ее саморазвития и самоорганизации, а также как важнейший внутренний процесс и структурообразующий элемент. Проведенный нами анализ показывает, что при характеристике инноваций доминирует шумпетеровское представление, причем внимание сосредоточено на качественно–технологическом, а не на рыночно–воспроизводственном изменении продукта. В то же время в эволюционном смысле значительно целесообразнее рассматривать весь инновационный процесс как единое целое, т.к. экономический смысл отдельной инновации проявляется только в рамках «новаторского сектора» экономики. Однако, новая научно–организационная комбинация факторов производства, в результате которой происходят качественные изменения в структуре рынка благ и услуг, в организационных формах предпринимательства, представляет собой видимое проявление инновационных импульсов.

**Анализ последних научных исследований.** В XXI веке вопросы управления инновациями и инновационной деятельностью оказались в центре внимания мировой экономической науки, находящейся в постоянном поиске новых и совершенствовании существующих способов экономического развития. Так, исследованию проблем инноваций и инновационной деятельности в различных отраслях экономики за рубежом посвящено немало работ, среди которых следует выделить труды: И. Ансоффа, Л. Гитмана, М. Джонка, П. Друкера, Б. Карлофа, Б. Маддена, Г. Минцберга, Ф. Котлера, Ж. Ламбена, Н. Ольве, Т. Питерс, М. Портера, А. Стрикленда, А. Томпсона, М. Хаммера, П. Хейне,

Р. Хьюберта, Дж. Чампи, У. Шарпа, И. Шумпетера, Ф. Янсена и других. Некоторые авторы описывают феномен инновации в марксистских терминах как источник добавочной прибавочной стоимости, позволяющий говорить о современном полезном Знании как о «самовозрастающем» интеллектуальном капитале, трактовать понятие интеллектуальной собственности, выводить рентные отношения по поводу как принадлежности, образно говоря, «плодов Знания», так и неравномерности распределения условий и качества создания этого Знания, – отсюда и обмена, указанных «плодов Знания»[1, 2]. Это никак не относится к некоей механицистической реанимации рутинных категорий ранее излишне идеологизированной и политизированной марксистской политической экономии. Многие проявления феномена инновации становятся более понятными именно в ходе марксистского анализа специфики превращенных форм капиталистической эксплуатации работников интеллектуального труда. Разнообразие взглядов на инновации и инновационную деятельность обусловило целесообразность систематизирования их для досконального понимания роли, значения и эффективности.

**Цель статьи:** систематизировать различные точки зрения на сущность и значение инноваций в эффективной инновационной деятельности предприятий.

**Изложение основного материала исследования.** Гносеологической причиной неоднозначности трактовки понятия «инновация» является внеконцептуальный подход. По нашему мнению, если толковать данное понятие в широком экономическом смысле, то инновация представляет собой завершённый акт качественной модификации технологического базиса производства, характеризуемый, с одной стороны, неопределённостью и краткосрочностью для данного звена общественного производства, а с другой – долгосрочным эффектом, достигаемым суммой инновационных актов, объединённых в непрерывный инновационный процесс. Из этого следует, что инновация есть сочетание дискретности и непрерывности. Основные определения инновации представлены в табл. 1.

*Таблиця 1. Определения инновации [1, 2, 3, 4, 5]*

<i>Автор</i>	<i>Определение</i>
Эмиров Н.Д.	Нововведения во всех областях человеческой деятельности, основанные на современных достижениях науки и передового опыта, с целью повышения качества жизни, эффективности производства и управления
Егорова М.В.	Любые идеи, продукты, услуги или процессы (в т.ч. технологии, методы, принципы), обладающие свойством новизны, отличающей их от предшествующих аналогов, степень которой характеризуется эффектом от ее использования
Говоруха Ж.А.	Новая или улучшенная продукция, которая представлена в форме товара или работы (услуги); способ или технология производства или применения продукции; нововведение или усовершенствование в сфере организации или экономики производства или реализации продукции, обеспечивающее экономическую выгоду, создающее условия для такой выгоды или улучшающее потребительские свойства продукции
Кардаш В.Я.	Новаторское исследование или разработка; изменения в стиле работы организации с целью создания благоприятных условий для клиентов; разработка новых товаров или услуг, на условиях, более совершенных
Ядин Д.	Концепция, создание и изготовление новых продуктов и услуг на рынках, где действуют конкуренты
Федотов А.А.	Система отношений по поводу трансформации нововведения в товар, его внедрение и распространение, которые дают возможность ускорить интенсификацию воспроизведенных процессов и обуславливает экономический, социальный, политический и технологический эффект
Артемова Е.И.	Конечный результат внедрения новой или усовершенствованной продукции (услуги), техники, технологии, организации производства, системы его управления с целью получения различных видов эффекта и ускорения процесса расширенного общественного воспроизводства новых товаров или услуг, на условиях, более совершенных чем те, что есть ныне
Федулова И.В.	Конечный результат внедрения новшества, его дальнейшая коммерциализация с целью получения экономического, социального, научно-технического и иных видов эффекта для извлечения новых выгод и для производителя и для потребителя
Косенко А.Б.	Конечный результат творческой деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, реализуемого на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности, либо в новом подходе к социальным услугам
Дорошко Е.А.	Внутренняя основа и двигатель инновационного процесса, который воплощается в виде нового или усовершенствованного технологического процесса, который используется в практической деятельности, нового или усовершенствованного продукта, который выведен на рынок
Ламбен Ж.–Ж.	Творческая и успешная имплементация прогрессивного открытия, изобретения или просто концепции
Абаев А.Л.	Результат реализации новых идей и знания с целью их практического использования для удовлетворения определенных запросов потребителей
Митякова О.И.	Органическая совокупность результата, процесса и эффекта, связанных с созданием и распространением новшеств в различных сферах человеческой деятельности, способствующая повышению социально-экономической эффективности и формированию системы устойчивого развития общества
Кравец И.В.	Внедрение нововведения в хозяйственную деятельность с целью получения положительного эффекта
Ижевский В.В.	Результат инновационной деятельности в виде усовершенствованного торгово-технологического и организационно-управленческого процесса, целью которого есть не только достижения экономического и социального эффекта, а и формирование конкурентоспособных торговых систем

Важнейшим в понимании и исследовании феномена инновации моментом можно считать обоснование закономерности применения маркетингового подхода к определению феномена инновации. Толкование маркетинга как философии и, в то же время, совокупности технологий современного бизнеса стало сегодня общим местом для большинства работ как зарубежных, так и отечественных экономистов [1, 2, 6]. Поскольку по известному положению Хамеля–Прахалада о

стратегических стержневых компетенциях, обеспечивающих конкурентное преимущество хозяйствующей единицы, «конкурентоспособный» и «инновационный» стали сегодня почти синонимами распространение инноваций как обменный процесс генетически требует обращения к месту и значению обмена в системе маркетинговых отношений. Изучение феномена инновации является ключевым вопросом для понимания законов и закономерностей развития «новой экономики», или «экономики знания».

Отметим, что термины «инновация» и «инновационный процесс» близки, но не равнозначны. Инновационный процесс связан с созданием, освоением и распространением инноваций [4]. Поэтому, лишь рассматривая воспроизводственную инновационную подсистему, можно анализировать эффект отдельной инновации, следовательно, инновационный процесс и есть объект экономического анализа. Инновационный процесс, по нашему мнению, представляет собой совокупность научно-технических, технологических и организационных изменений, происходящих в процессе разработки и реализации инноваций. Главная его черта – обязательное завершение инноваций, т. е. получение результата, пригодного для практической реализации. На наш взгляд, наиболее полно реальности инновационного процесса отражены в характеристике инновационного цикла, где инновация представлена отдельным элементом общего инновационного процесса. При этом инновация материализуется в результате ее предпочтения потребителями на рынке инновационных товаров и услуг.

Целью экономического роста является отработка механизма мультицикличности инновационного процесса, поскольку каждая инновация носит стохастический (вероятностный) характер и направлена на генерирование и распространение в рыночной среде новаций. В ходе накопления инновационных импульсов создается мультипликационно расширяющийся новаторский сектор постиндустриальной экономики [2, 4, 5].

Специфика инновационного процесса заключается в объективном формировании им множества нововведений, составляющих необходимую для его ускорения критическую массу. Однако параметры критической массы для каждой отрасли свои, и существует минимальный предел, достижение которого будет способствовать обеспечению практического

ускорения инновационной интенсификации. Сокращение «критического» множества нововведений направлено на уменьшение «исходного» множества с целью отбора только тех инноваций, внедрение которых принесет максимальный эффект [3].

Инновации должны быть основаны на следующих основных принципах: целенаправленность; соответствие потребностям и желаниям людей; простота; внедрение проекта с минимальными затратами; лидерство на ограниченных рынках сбыта. Еще в начале XX века австрийский ученый Й. Шумпетер определил пять типичных изменений:

- использование новой техники, технологических процессов или нового рыночного обеспечения производства (купля–продажа);
- внедрение продукции с новыми свойствами;
- использование нового сырья;
- изменения в организации производства и его материально–технического обеспечения;
- появление новых рынков сбыта.

Й. Шумпетер ввел понятие инновации как изменения с целью внедрения и использование новых видов потребительских товаров, новых производственных и транспортных средств, рынков и форм организации в промышленности [7]. Новизна инноваций оценивается по технологическим параметрам, а также посредством рыночных позиций. Интересными выступают и соображения современных авторов. Так, по мнению В. Мединського и Л. Шаршуковой различают такие виды инноваций:

1. По степени радикальности (новизны):

- базисные инновации, которые реализуются в больших изобретениях и становятся основными для формирования новых поколений и направлений развития техники;
- инновации, которые улучшают технику не очень значительными и небольшими изобретениями;
- псевдоинновации, направленные на частичное улучшение устаревших поколений техники и технологий;

2. По характеру применения:

- продуктовые инновации, ориентированные на производство и использование новых продуктов;

– технологические инновации, которые имеют целью создание и применение новой технологии;

– социальные инновации, предусматривающие построение и функционирование новых структур;

– комплексные инновации, которые объединяют несколько видов изменений.

**3. В зависимости от стимулов (отправных источников):**

– инновации, рожденные развитием науки и техники;

– инновации, рожденные нуждами производства;

– инновации, рожденные рыночными нуждами.

**4. В зависимости от места в процессе воспроизводства:**

– инновации потребительские;

– инновации инвестиционные.

**5. В зависимости от масштаба:**

– сложные (синтетические) инновации;

– простые инновации [3, 5].

В экономической литературе существует достаточно большое количество классификаций инноваций. Однако, в соответствии с введением критериев дефиниции «инновация» и разграничением категориального аппарата классификацией инноваций следует считать только часть из представленных (табл. 2).

*Таблица 2. Классификации инноваций и новшеств [3, 5, 7, 8, 9]*

<i>Автор классификации</i>	<i>Классификация инноваций</i>	<i>Классификация новшеств</i>
Пригожин А.И.	– по охвату ожидаемой доли рынка; – по распространенности; – по месту в производственном цикле; – по преемственности	– по инновационному потенциалу и степени новизны
Завлин П.Н.	– по направленности; – по структуре жизненного цикла; – по глубине изменения; – по масштабам распространения; – по времени выхода на рынок; – по причинам возникновения; – по предмету и сфере приложения	– по значимости; – по отношению к разработке; – по роли в процессе производства; – по степени новизны
Степаненко Д.М.	– по распространенности; – по месту в производственном цикле; – по преемственности; – по охвату ожидаемой доли рынка	– по инновационному потенциалу и степени новизны
Гончаренко Л.П.	– по происхождению; – по предмету и сфере приложения; – по сфере разработки и применения; – по результатам инноваций	– по степени новизны; – по инновационному потенциалу

Классифицировать по значимости, отношению к разработке, роли в процессе производства и степени новизны можно только новшества, так как это одни из критериев идентификации инноваций. Авторами предлагается все новшества классифицировать по критерию прохождения этапов практического внедрения: прошедшие стадию научной разработки (идеи и проекты); прошедшие стадию опытной разработки (образцы, новации); прошедшие стадию коммерциализации (инновации). Результатом наукоемкого производства выступают инновации, которые в зависимости от сферы реализации фундаментальных и прикладных научных исследований принимают форму наукоемкого продукта, наукоемкого процесса, наукоемкого сервиса, наукоемкого рынка.

**Выводы.** Новая волна технологических изменений существенно усилила роль инноваций в мировом социально-экономическом развитии. Это связано с усилением воздействия науки и техники на все стороны жизни общества, фундаментальными технологическими сдвигами, ведущими к крупномасштабным социально-экономическим и историческим переменам. Соответственно меняется набор основных факторов и источников экономического роста. Важнейшими из них являются научные знания и интеллектуальный капитал, которые становятся главным источником создания конкурентных преимуществ и устойчивого развития социально-экономических систем. При этом наиболее эффективным сценарием скорейшего достижения этой цели является сценарий инновационных преобразований.

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Абаев А.Л. Проблемы и перспективы роста инновационно-промышленного потенциала региона / А.Л. Абаев. – М. : ТЕИС, 2008. – 190 с.
2. Абрамов Р.А. Развитие представлений о моделях описания инновационных процессов / Р.А. Абрамов // Интеграл. – 2009. – № 4 (48). – С. 10–21.
3. Говоруха Ж. А. Теоретичні підходи до визначення поняття «інновація» / Ж. А. Говоруха // Наукові праці національного університету харчових технологій. - К. : НУХТ. – 2010. – № 35. – С. 43 – 46.
4. Даций О.І. Розвиток інноваційної діяльності в агропромисловому виробництві України / О.І. Даций. – К. : ННЦ ІАЕ, 2004. – 428 с.
5. Дорошко О.О. Особливості інноваційного розвитку України / О.О. Дорошко // Інвестиції: практика та досвід. – 2011. – №5. – С. 21–24.



6. Левченко Ю.Г. Теоретико–методологічні аспекти інновацій та інноваційного процесу підприємств / Ю.Г. Левченко // Наукові праці НУХТ. – К. : НУХТ. – 2006. – № 19. – Ч. 1. – С. 87–89.
7. Михальчук І.Р. Стратегія інноваційного розвитку України: суперечності внутрішньоекономічних та зовнішньоекономічних інтересів / І.Р. Михальчук, Р.М. Березюк. // Вісник ТАНГ. – 2001. – № 18 – С. 48–54.
8. Резнік Н.П. Проблеми інноваційної діяльності промислових підприємств в Україні та їх структуризація / Н.П. Резнік // Формування ринкових відносин в Україні: Зб. наук. праць. – К. : НДЕІ. – 2004. – Вип. №1(32). – С. 123–127.
9. Степанов М.В. Модель стратегії маркетингу інноваційного проекту / М.В. Степанов // Вісник Національного університету водного господарства та природокористування: Зб. наук. праць. – Рівне : НУВГП. – 2007. – Вип. 2 (38). Економіка. – с. 271–278.