

## ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ — ОСНОВА ЕФЕКТИВНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

**Постановка проблеми.** Роль інноваційної діяльності як вирішального фактора підвищення ефективності виробництва, забезпечення стабільного економічного росту постійно зростає і в сучасних умовах для промислових підприємств є пріоритетним напрямком. В умовах зростаючої зовнішньої і внутрішньої конкуренції це інновації, це зокрема, нові ідеї і продукти, прогресивні технології та організаційні рішення які значною мірою визначають успіх підприємницької діяльності, забезпечують виживаність і фінансову стабілізацію підприємств [6, с. 252].

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Важливість дослідження інноваційної діяльності підкреслюється вченими-економістами, які займаються проблемами науково-технічного прогресу. Наукові основи теорії інновацій закладені Й. Шумпетером, М. І. Туган-Барановським, М. Д. Кондратьєвим, набули подальшого розвитку у працях Й. Аллена, Д. Брайта, П. Друкера, В. Зомберта, М. Менсфілда, Г. Менша, Ф. Ніксона, Б. Санто, В. Василенко, Н. І. Редіна, А. І. Ковальова, Ю. А. Ковалькова, А. В. Бусигіна, В. Я. Маштабея, Н. К. Моїсєєвої, М. Портера, Х. Ансоффа та ін.

Дослідженнями основних причин, які стримують активізацію інноваційної діяльності, пошуком дієвих інструментів та механізмів, які сприяли б підвищенню рівня керованості процесами генерування, продукування та розповсюдження інновацій, займалися вітчизняні та зарубіжні науковці Ю. М. Бажал, Є. І. Бойко, І. М. Буднікевич, М. О. Данилюк, М. І. Долішній, О. О. Лапко, Д. М. Черваньов, І. М. Школа, В. В. Яцюра, а також А. Б. Аверкієв, Г. Я. Гольдштейн, В. Я. Горфінкель, П. Н. Завлін, С. Д. Ільєнкова.

**Мета статті** — дослідження теоретичних аспектів інноваційної діяльності, та сучасних підходів щодо впровадження інновацій.

**Виклад основного матеріалу.** У сучасному світі економічний розвиток країн визначається не природними ресурсами і не обсягами промислового виробництва, а сукупною здатністю суб'єктів господарювання до впровадження нових ідей з метою задоволення споживчого попиту в певних товарах чи послугах. Пошук цих ідей є реакцією підприємців на зменшення доходу від своєї діяльності, що спричиняє насичення ринку відповідними товарами, а втілення цих ідей у життя залежить від ресурсних та інноваційних можливостей суб'єктів господарювання і від загального рівня науково-технічного розвитку країни [2, с.12].

Для розгляду теоретичних аспектів інноваційної діяльності, необхідно, перш за все, визначитись із понятійним апаратом. Конкретність підходу потребує точності понятійного апарату, який визначає сутність та механізми інноваційної діяльності. У науковій літературі немає однозначного визначення поняття «інновація», але зарубіжні й вітчизняні науковці вказують на зв'язок інновацій із прогресом [5, с. 34].

Зокрема Дудар Т. Г. та Мельниченко В. В. вважають, що інновація (нововведення) — кінцевий результат кре-

ативної діяльності, втілений у виведеному на ринок новому чи вдосконаленому продукті, технологічному процесі, що використовується у практичній діяльності, або новому підході до надання споживчих послуг [2, с.14].

Ми вважаємо, що лише підприємства, які інноваційно розвиваються, здійснюють різноманітні дослідження можуть конкурувати із зарубіжною продукцією, що має технологічні та економічні переваги в порівнянні із вітчизняною продукцією. Інновація приводить виробничий організм у новий стан. Упровадження новачій відбувається цілеспрямовано, з метою поліпшення функціонування підприємства, тому можна стверджувати, що інновація є цільовою зміною підприємства як системи, завдяки якій створюються новий засіб для задоволення певної потреби людей. Звідси й трактування поняття «інновація» у Законі України «Про інноваційну діяльність»: «Це новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоспроможні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери» [1].

З огляду на те, що на ринку фігурує і конкурує вже не окремий товар, а комбінований пакет товарів, послуг та інформації, конкурентоспроможність продукції залежить вже не лише від її конкретного виробника, а й від спроможності національного зокрема і глобального загалом середовища та його учасників до супроводження й використання цього продукту. Різко зростає вимога до цілісності цього середовища, кваліфікованості, дисциплінованості, платоспроможності його учасників.

Інновації дедалі більше стають тим фундаментом, який визначає економічну потужність підприємства та його перспективи на світовому ринку. На підприємствах в країнах, що належать до інноваційних лідерів, спостерігається висока концентрація найбільш рентабельних видів бізнесу, переважно високотехнологічна структура національного виробництва, винесення за межі власної країни промислово-технологічного циклу виробництв, які є екологієчними, ресурсоечними тощо, та зосередження найбільших фінансових потоків. Попри те, що між цими країнами спостерігається жорстка конкуренція за високорентабельні види діяльності, у випадках виникнення спільної загрози існуванню чинної соціально-економічної моделі вони об'єднують свої зусилля для реалізації спільної політики щодо джерел цієї загрози.

Інноваційна діяльність — зазвичай спрямована на використання та комерціалізацію результатів із стратегічного маркетингу, наукових досліджень, організаційно-технічної підготовки виробництва, виробництва й оформлення новачій, їх упровадження і поширення на інші сфери (дифузія) [4, с.67].

Інноваційна діяльність є складним процесом трансформації новоотриманих ідей та знань в об'єкт економічних відносин. Без сумніву такий процес становить складну ба-

гаторівневу систему економічних відносин щодо «уречевлення» знань, якій властиві специфічні взаємозв'язки та закономірності. З огляду на значну, часом визначальну роль, яку інноваційні процеси відіграють в сучасній економіці, визначення та врахування цих особливостей є неодмінною умовою забезпечення економічної ефективності підприємництва. Формування таких умов можливе лише через активізацію суб'єктами господарювання інноваційної діяльності. Це означає, що першочерговим завданням, у цьому напрямку, повинно стати дослідження тих питань, вирішення яких кардинально змінить відношення до процесу інноваційної діяльності всіх його учасників: продукувати та впроваджувати інновації повинно стати не тільки економічною доцільністю, але й необхідністю. Згідно із Законом України об'єктами інноваційної діяльності вважаються:

- інноваційні програми і проекти;
- нові знання та інтелектуальні продукти;
- виробниче обладнання та процеси;
- інфраструктура виробництва і підприємництва;
- організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру і якість виробництва і (або) соціальної сфери;
- сировинні ресурси, засоби їх видобування і перероблення;
- товарна продукція;
- механізми формування споживчого ринку і збуту товарної продукції.

За ринкових умов інновації пронизують всю економіку, як необхідна умова розвитку виробництва, розширення виробничих можливостей підприємства, підвищення якості продукції, появи нових товарів і послуг, а також є засобом, за допомогою якого організації адаптуються до змін у зовнішньому середовищі і змінюють його самі у власних інтересах [2, с.15].

Таким чином, у сучасних умовах інноваційна діяльність організацій та підприємств набуває важливої ролі, є запорукою успіху на конкурентному ринку та основою ефективного підприємництва.

Інноваційна діяльність і зокрема прийняття підприємством рішення про нововведення, на практиці має певний ризик. Для втілення в життя інноваційних рішень необхідно усвідомити до якого результату це призведе: до успіху чи занепаду на ринку.

Визначенню чинників успішності та невдач нововведень присвячено чимало досліджень у Європі, США, Японії, висновки яких дають схожі результати. Перш за все відзначається висока «смертність» нових ідей. Із 100 ідей до розробки береться 26,6 %, до стадії випробувань доходить 12,4 %, впровадженими та комерційно успішними виявилось лише 9,4 %.

Французький дослідник Купер вивчав причини успіху та провалу 195 промислових товарів, з них у 102 випадках фірми вважали успішними, а у 93 випадках — провалом.

Дослідження Т. Коно свідчить, що на японських підприємствах 33,1 % започаткованих ідей дійшло до стадії технічного розроблення і 47,1 % з них до стадії комерційного розроблення. Із цієї частки повністю були прийняті, матеріалізовані у зразках, дійшли до масового виробництва і споживання лише 55,9 % ідей. Загальна питома вага повністю реалізованих ідей дорівнює, таким чином 8,7 %  $((0,331 \cdot 0,471 \cdot 0,559) = 0,087)$ . Згідно розрахунків Микитюка П. П. автора, для успіху одного нововведення по-

трібно спродувати 18 нових ідей, а свої дослідження шляхом угруповання результатів позначив у вигляді кривої «смертності» ідей нових товарів нових [3, с.75].

На успішність нововведень впливають такі чинники:

- наявність в організації джерела творчих ідей;
- ефективна система відбору та оцінки ідей нових виробів;

- орієнтація на ринок;
- перевага товару над товарами конкурентів;
- маркетингове ноу-хау;
- відповідність інноваційної стратегії меті організації;
- доступ організації до ресурсів;
- глобальна концентрація товару.

У конкретному середовищі організації (фірми, підприємства) намагаються першими вийти на ринок з новим продуктом (технологією), щоб отримати додаткові прибутки у вигляді інтелектуальної ренти, оскільки з дифузією інновації попит на неї зменшується. Окрім того, керівництво підприємства зацікавлене у створенні продукції, яка б істотно перевершувала за своїми споживчими властивостями вже існуючі аналоги і яка б могла стати базовою для подальших модифікацій [3, с.76].

Отже, ключовим чинником успіху нововведення є:

- 1) перевага товару над своїми конкурентами, тобто наявність у нього унікальних властивостей, що допомагає кращому сприйманню споживачем — цей чинник усі дослідники відзначають як головний;

- 2) маркетингове ноу-хау фірми, тобто краще розуміння поведінки споживачів, психології сприйняття новинки, тривалості ЖЦТ і розмірів потенційного ринку;

- 3) висока синергія НДР і виробництва, або взаємодія всіх підрозділів підприємства як одного цілого — технологічне ноу-хау.

Усі три чинники перебувають під контролем підприємства, що виключає всякий фаталізм в інноваційній діяльності, успіх тут визначається якістю інноваційного менеджменту.

У результаті проведених досліджень Купер запропонував сої наступні п'ятнадцять правил успіху нововведень:

- 1) унікальний (переважаючий) товар, який принесе споживачу додаткові переваги;
- 2) потужна маркетингова орієнтація на ринок і клієнта;
- 3) глобальна концепція товару, який первісно орієнтований на міжнародний ринок;
- 4) інтенсивний первісний аналіз: ще до початку розроблення виділяються відповідні ресурси на всебічне техніко-економічне обґрунтування;
- 5) точне формулювання концепції: перелік конкретних завдань, вибір цільового ринку, набору властивостей і позиціонування товару;
- 6) структурований план освоєння: перехід від наміченого позиціонування до плану операційного маркетингу в термінах ціни, збуту і комунікації;
- 7) міжфункціональна координація: НДЦКР — виробництво — маркетинг;
- 8) підтримка керівництва: спеціальна структура підтримки інновації, ресурси і правильне сприйняття процесу;
- 9) використання синергії: реалізувати сильні сторони, використовуючи технологічний і комерційний синергізм;
- 10) привабливість ринків;
- 11) попередній відбір: успіх і провал можна передбачити;

12) контроль за перебігом роздроблення: дуже важливо для успіху;

13) доступ до ресурсів: необхідно мати певні кадрові, фінансові і технічні ресурси;

14) чинник часу: швидкий вихід на ринок;

15) багатоступінчаста процедура: корисно розробляти поетапно.

Дослідження провідних у США економістів Буза, Аллена і Хемілтона виявили такі основні чинники успіху нововведень:

- адаптивність товару до вимог ринку;
- технологічна перевага товару;
- підтримка інновації керівництвом фірми;
- використання оцінних процедур;
- сприятливе конкурентне середовище;
- відповідність організаційної структури [3, с.77].

Таким чином, з наведених результатів досліджень, можна зробити висновок, що головними чинниками успіху нововведень є: з одного боку, — товар, який відповідає вимогам ринку, а з іншого — можливості самої фірми; а також рівень новизни та адаптованості до споживачів, швидкість виходу на ринок та його знання, тощо.

Нововведення бувають не лише успішними, а й невдалими. Особливо висока частка невдач у сфері споживчих товарів. У дослідженнях Буза, Аллена і Хемілтона (США) наводяться такі дані: приблизно 80 % нових споживчих товарів, 30 % нових промислових продуктів і 20 % становлять нові послуги, приречені на невдачу. Більшість аналітиків гадають, що відсоток невдалих нововведень зростатиме, бо цьому сприяють такі чинники [3, с.78]:

- скорочення життєвого циклу товарів;
- зростання витрат на дослідження новацій;
- глобалізація конкуренції;
- збільшення сегментованості ринків;
- зростання пропозицій нових товарів;
- жорсткість законодавчих актів про охорону природного середовища і захист прав споживачів;
- зменшення рентабельності торгових марок підприємств (компаній) послідовників;
- зволікання з розробленням інновацій.

Таким чином можна погодитися з думкою Микитюка П. П. невдачі — це невід’ємна частина інноваційного процесу, менеджерам необхідно постійно аналізувати причини, які ведуть до фіаско нововведень, з метою уникнення багатьох проблем або значного зниження ризиків [3, с.78].

В той же час для ведення успішної підприємницької діяльності необхідною умовою є не тільки впровадження інновацій, але й систематичний аналіз інноваційних ідей, під час розроблення нововведень необхідне накопичення інформації про використання вже існуючих нововведень їх поширення та успіх чи занепад на ринку.

В управлінні інноваційною діяльністю суб’єктів підприємницької діяльності пріоритетне значення належить інноваційному потенціалу підприємства, який є стратегічним критерієм ефективності функціонування підприємства, його результуючої складової. У процесі управління інноваційною діяльністю суб’єктів підприємницької діяльності необхідно знаходити оптимальне співвідношення між наступними параметрами:

- 1) характеристики проекту (тривалість, вартість, необхідні ресурси, характеристики майбутньої інновації);
- 2) наявний промисловий потенціал підприємства;
- 3) фактори зовнішнього середовища (попит, латентні потреби, рівень існуючої або можливого рівень

майбутньої конкуренції, інвестиційний клімат, податковий режим, політичний клімат, включаючи пільги підприємствам-новаторам, митну політику, обмінний курс валют та ін.) [6, с.253].

Значний прорив в технологіях та інформаційній сфері спонукає підприємства орієнтуватися на нові джерела конкурентних переваг та створювати їх. Сучасний етап пов’язаний із зайняттям вільного місця серед складових динамічних порівняльних переваг науково-технічними досягненнями та інноваціями на всіх стадіях життєвого циклу продукту, починаючи від створення товару або послуги, через просування його від виробника до споживача та закінчуючи наступною утилізацією. Необхідність інновацій диктує не лише зовнішнє середовище, але й загроза старіння існуючих продуктів. В цих трансформаціях виникають як нові потреби, так і нові знання, а також способи задоволення цих потреб. Темпи змін, що все прискорюються, — поява нових технологій, зміна переваг і смаків споживачів, посилення конкуренції — детермінують скорочення життєвого циклу товару. Компанії, нездібні модернізувати виробництво, рано чи пізно поступаються місцем на ринку передовим організаціям.

Роль інноваційної діяльності для підприємництва постійно зростає, оскільки практика бізнесу буквально примушує кожну компанію урізноманітнити і раціоналізувати своє виробництво. Впровадження інновацій все більше розглядається як єдиний спосіб підвищення конкурентоспроможності вироблених товарів, підтримки високих темпів розвитку і рівня прибутковості підприємств.

Висновки. Важливість інноваційної діяльності підкреслюється вченими-економістами, які займаються проблемами науково-технічного прогресу. Дослідження у цій сфері є досить актуальними, спираючись на те, що успішна інноваційна діяльність є основою для ефективного підприємництва [6, с.252].

У наш час нововведення охоплюють майже всі сфери людської діяльності і радикально впливають на процеси господарювання. Результати проведеного дослідження дозволяють зробити висновок, що впровадження інновацій має великий вплив на ефективність виробництва, вони забезпечують виживаність і фінансову стабільність підприємств, сприяють високим темпам розвитку і рівня прибутковості, прогресивні технології та організаційні рішення значною мірою визначають успіх підприємницької діяльності.

#### Література

1. Закон України «Про інноваційну діяльність» №40-IV від 04.07.2002 р. зі змінами та доповненнями.
2. Дудар Т. Г. Інноваційний менеджмент / Т. Г. Дудар, В. В. Мельниченко. — К. : ЦУЛ, 2009. — 256 с.
3. Микитюк П. П. Інноваційний менеджмент / П. П. Микитюк. — Тернопіль : Економічна думка, 2006. — 295 с.
4. Інвестиційно-інноваційна діяльність: теорія, практика, досвід : монографія / Денісенко М. П., Михайлова Л. І., Грищенко І. М. та інш. — Суми : Університетська книга, 2008. — 1050 с.
5. Карпухно І. Теоретичні аспекти інноваційного розвитку України / Карпухно І. // Економіка. — №5 (105). — 2010. — С. 33—37
6. Магамедімова З. І. Оцінка інноваційної позиції підприємства / Магамедімова З. І. // Коммунальное хозяйство городов. — № 75. — 2007. — С. 252—256.

## СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ НАЛОГОВОЙ ПОЛИТИКИ УКРАИНЫ И ЕВРОПЕЙСКОГО СОЮЗА В СФЕРЕ КОСВЕННОГО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ

В соответствии с Соглашением между Европейским Союзом (ЕС) и Украиной сближение законодательства Украины и ЕС является важнейшим условием усиления экономических связей между странами. Согласно программе интеграции Украины в ЕС приоритетность сотрудничества Украины с отдельными Государствами-членами ЕС вызвана тем, что данное сближение будет определять направления экономического прогресса и политическую стабильность в регионе в долгосрочной перспективе. Тесное сотрудничество Украины и ЕС позволит обеспечить в Украине благоприятный климат для внутренних и внешних инвестиций, свободное движение капитала, улучшить условия защиты инвестиций. Украина взяла на себя обязательства по приведению украинского законодательства в соответствие с законодательством ЕС.

Одновременное использование в Государствах ЕС таких форм достижения когерентности, как сближение, унификация и гармонизация, позволили эффективно сочетать национальный налоговый суверенитет и над-национальные интересы [1, с. 62].

Сближение является наиболее мягкой формой правового воздействия на сложившиеся системы. Оно осуществляется через согласование общих подходов и концепций, совместную разработку правовых принципов и отдельных решений, обеспечение их взаимного соответствия. В отличие от сближения унификация — это уже кардинальная мера. Она предусматривает обязательное единообразие юридических норм и правил. Гармонизация — это выработка общего курса государств в определенной сфере правоотношений на соответствующем этапе интеграции. Она подразумевает согласованность правового регулирования, синхронность и последовательность принятия актов, приоритетность международных договоров и соглашений над национальным законодательством. В налоговой сфере предполагается сохранение самобытности национальных систем [1, с. 62, 63].

Термин «адаптация» (от позднелатинского *adaptation* — приспособление).

В действующем законодательстве Украины используются термины «адаптация» и «сближение» [2]. На протяжении последних десяти лет наблюдается повышенный интерес ученых к проблемам, посвященным адаптации, сближения и гармонизации налогового законодательства Украины к налоговому законодательству ЕС.

В Украине также как и в налоговом законодательстве ЕС по способу взимания различают прямые и косвенные налоги. Прямые налоги взимаются непосредственно с имущества или доходов налогоплательщика. К прямым налогам относятся: подоходный налог, налог на прибыль корпораций, налог на операции с ценными бумагами, земельный налог, налог на имущество, налог на наследство и другие. Косвенные налоги включаются в цену товаров и услуг. В зависимости от объектов взимания косвенные налоги подразделяются на косвенные индивидуальные, которыми облагаются строго опреде-

ленные группы товаров; косвенные универсальные, которыми облагаются в основном все товары и услуги; фискальные монополии, которыми облагаются все товары, производство и реализация которых сосредоточены в государственных структурах; таможенные пошлины, которыми облагаются товары и услуги при совершении экспортно-импортных операций.

На сегодняшний день налоговая система Украины не может быть отнесена к числу институтов, создающих благоприятные условия для экономического роста. Как отмечает А. Соколовская, не смотря на то, что в европейских странах с развитой рыночной экономикой соотношение между налоговой нагрузкой на потребление, труд и капитал аналогично тому, которое имеет место в Украине, все же эти богатые страны с большим экономическим потенциалом, имеют возможность поступиться экономической эффективностью ради справедливости в распределении доходов. Именно поэтому в процессе реформирования налоговой системы Украины, по мнению А. Соколовской, приоритетным является снижение налоговой нагрузки на капитал [3, с. 81].

Что касается использования непрямых налогов в развитых странах и в развивающихся странах, то налоговые системы этих стран существенно различаются. Налоговые системы богатых европейских стран отдают предпочтение универсальным непрямым налогам, преимущественно налогу на добавленную стоимость (НДС). По мнению И. Педь, это связано с тем, что НДС имеет более широкую базу налогообложения и является более нейтральным с точки зрения влияния на процесс принятия экономических решений относительно инвестиций и потребления [4, с. 86]. Увеличение мобильности капитала и обострение международной налоговой конкуренции в сфере прямого налогообложения постепенно повысили фискальное значение непрямых налогов [4, с. 90].

Адаптация налогового законодательства Украины к законодательству ЕС — длительный и постепенный процесс, требующий изучения действующего налогового законодательства в странах ЕС, проведения сравнительного анализа с целью создания условий для равноправного партнерства Украины с ЕС, улучшения условий деятельности иностранных компаний в Украине и создания благоприятного инвестиционного климата.

Сближение налогового законодательства Украины с законодательством ЕС в сфере косвенного налогообложения призвано не только согласовать условия взимания и ставки косвенных налогов с действующими в ЕС, но и содействовать внедрению равноправного режима свободной торговли между Украиной и ЕС.

Вопросы исследования и анализа развития налоговой политики Украины в сфере косвенного налогообложения с целью ее адаптации к налоговой политике ЕС особенно актуальны в настоящее время и требуют дальнейшего углубления. В условиях финансового кризиса сближение налогового законодательства Украины и ЕС позволит со-