

Діана МОТУРНЯК

здобувачка освітньо-професійної програми

«Менеджмент», ЗУНУ

(науковий керівник: к.е.н., доцент кафедри менеджменту,
публічного управління та персоналу ЗУНУ Ірина ДЕМКІВ)

КОНЦЕПТУАЛЬНІ АСПЕКТИ СТВОРЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

Сучасний етап трансформації національної економіки, зумовлений стрімким розвитком цифрових технологій та розширенням парадигми Індустрії 4.0, суттєво змінює підходи до створення, впровадження й комерціалізації інноваційних продуктів на підприємствах. У цих умовах інноваційний продукт постає базисом забезпечення конкурентоспроможності, адаптивності та стійкого функціонування бізнес-структур у глобалізованому середовищі. Вирішальними його характеристиками є інтеграція цифрових рішень, технологій штучного інтелекту, інтернету речей, що формує принципово новий зміст інноваційності підприємств.

Ефективне впровадження інноваційних продуктів передбачає застосування системного підходу, оскільки лише комплексно вибудована стратегія дозволяє забезпечити стійкий розвиток підприємства в умовах технологічних зрушень Індустрії 4.0. Центральним елементом цього процесу є інвестиції у сферу досліджень і розробок, що забезпечують створення принципово нових технологій, удосконалення виробничих процесів і формують передумови для оперативного реагування на структурні зсуви ринку. Підприємства, які системно розвивають інноваційні напрями діяльності, здатні підвищувати ефективність, мінімізувати витрати, покращувати якість продукції та скорочувати тривалість інноваційного циклу, що забезпечує їм стійкі конкурентні позиції.

Забезпечення економічної динаміки держави значною мірою залежить від інтенсивності розвитку інноваційного сектору, що підтверджує світовий досвід провідних економік. Інноваційно орієнтовані підприємства формують високу стійкість до зовнішніх змін, швидше адаптуються до викликів глобального середовища та створюють нові ринкові можливості. Водночас інноваційне підприємництво охоплює не лише створення продуктів, а й ефективне управління їх просуванням, позиціонуванням і комерціалізацією, що формує комплексний характер інноваційної діяльності.

Стратегічного значення набуває впровадження сучасних технологічних рішень, які забезпечують зниження виробничих витрат, підвищення якісних характеристик продукції та прискорення її виходу на ринок. Новітні інноваційні товари надають можливість не лише відповідати на наявний попит, а й формувати його, створюючи нові сегменти та ніші, що сприяє розвитку гнучких бізнес-моделей і підвищує потенціал підприємств працювати в умовах турбулентності економічного середовища.

Інноваційний продукт, будучи результатом творчої, інтелектуальної та технологічної діяльності, повинен відповідати сукупності базових характеристик, серед яких новизна, конкурентні переваги порівняно з існуючими аналогами, ринковий потенціал, легітимність з позиції дотримання законодавчих норм та економічна ефективність, зорієнтована на збільшення обсягів реалізації та отримання позитивного фінансово-економічного ефекту. Саме ця сукупність властивостей забезпечує унікальність інноваційного продукту – як інструменту формування споживчої цінності та джерела економічного зростання підприємства.

Різноманітність інноваційних продуктів обумовлює необхідність їх систематизації за допомогою класифікаційних підходів, що дають змогу структурувати види інновацій, виокремлювати їх специфіку та визначати стратегічні орієнтири

для подальшого розвитку. Окремого значення набуває розмежування базових та поліпшуючих інновацій, які репрезентують різні рівні технологічних змін в межах одного інноваційного процесу. Поліпшуючі інновації забезпечують удосконалення якісних та вартісних характеристик продукції шляхом використання сучасних матеріалів, нових технічних рішень або модифікації технологічних підсистем, водночас реалізуючи потенціал базових інновацій.

У контексті ринкової новизни виділяють інноваційні продукти глобального рівня, що вперше з'являються на світовому ринку і здатні формувати нові напрями технологічного розвитку; інновації, нові для держави або окремої галузі; а також продукти, нові для конкретного підприємства. Інновації глобального рівня здатні здійснювати технологічні прориви, змінювати структуру ринків і стимулювати формування цілих нових індустрій, що характерно для технологій відновлюваної енергетики чи штучного інтелекту. Натомість інновації, нові для підприємства, є важливим інструментом підвищення його ефективності, гнучкості та здатності оперативно реагувати на зміни зовнішнього середовища.

У сучасних умовах ключовим фактором успішного інноваційного розвитку є орієнтація на потреби й тенденції ринку. Реактивні інновації дозволяють підприємствам швидко адаптуватися до змін у споживчих пріоритетах чи конкурентному середовищі. Водночас стратегічні, проактивні інновації забезпечують довгострокові конкурентні переваги, оскільки формують нові стандарти на ринку, задають напрями розвитку галузей та дозволяють компаніям визначати правила гри у перспективних сегментах. Отже, інноваційність стає не лише реакцією на зовнішні зміни, а джерелом формування майбутнього розвитку підприємства.

Висуваючи підвищені вимоги до інноваційного продукту, слід визначити його ознаки: він має ґрунтуватися на використанні

об'єктів інтелектуальної власності; забезпечувати підвищення науково-технічного рівня виробництва; бути новим або істотно вдосконаленим порівняно з наявними аналогами; демонструвати вищі техніко-економічні й споживчі характеристики; відповідати актуальним потребам кінцевих споживачів. Дотримання цих вимог формує комплексну споживчу цінність продукту й забезпечує стійкий попит на нього.

Отже, в умовах цифровізації та домінування технологічної парадигми Індустрії 4.0 інноваційний продукт набуває статусу ключового драйвера трансформації ринків і розвитку підприємств. Його створення та впровадження забезпечує інтеграцію передових цифрових технологій, сприяє підвищенню ефективності, автоматизації та персоналізації виробництва, водночас відкриваючи нові можливості для масштабування бізнесу, формування конкурентних переваг та стратегічної стійкості.

Список використаних джерел:

1. Августин Р.Р., Демків І.О. Стимули та інструменти детінізації підприємництва: секторальний аспект. Вчені записки Університету «КРОК» : зб. наук. праць. Київ: Вид-во Вищий навчальний заклад «Університет економіки та права «КРОК», 2021. Вип. №1 (53). С.36-45
2. Августин Р. Р., Демків І. О., Трепет Н. М. Аналізування та ідентифікація шляхів удосконалення конкурентної стратегії підприємства в умовах цифровізації. Бізнес Інформ. 2024. № 9. С. 429-436. URL: <http://jnas.nbu.gov.ua/article/UJRN-0001545706>
3. Гребеник Т. В. Інноваційна діяльність як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємств. Ефективна економіка. 2023. № 5. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2023_5_34