

А. І. Бутенко

д-р екон. наук, проф.
академік АЕНУ
ORCID 0000-0001-9745-5316,

Т. В. Уманець

д-р екон. наук, проф.
академік АЕНУ
ORCID 0000-0002-8852-4540,
Інститут проблем ринку та економіко-
екологічних досліджень НАН України,

Л. С. Шаталова

канд. екон. наук
ORCID 0000-0003-2671-5138,
Одеський національний економічний університет

КЛАСИФІКАТОР ІННОВАЦІЙНИХ ТОВАРІВ: МЕТОДИЧНИЙ АСПЕКТ

Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Джерелом для накопичення інформації щодо інноваційної продукції є класифікатор інноваційних товарів, але його наявність в Україні відсутня. Найбільш повну інформацію щодо даного питання можна отримати завдяки даним статистичного збірника «Наука та інноваційна діяльність України» як в регіональному аспекті, так і за видами економічної діяльності, але опосередковано через кількісні та відносні показники підприємств, що характеризують виробництво або використання інноваційної продукції та технологій. Це обумовлює необхідність розробки єдиного загальноукраїнського класифікатора інноваційних товарів. Пожвавлення зацікавленості до вищезазначеної проблеми можна обґрунтувати також і тим, що надія на те, що ринкова економіка автоматично приведе до вибуху інноваційної діяльності і на її основі буде спостерігатись економічне зростання, на жаль, не виправдалась.

Таким чином, можна зробити висновок, що питання розробки методичного підходу до формування класифікатора інноваційних товарів в контексті розвитку технологічного підприємництва сьогодні вкрай актуальне, оскільки в сучасних умовах саме технологічне підприємництво стає вирішальним фактором розвитку економіки регіону.

Аналіз останніх публікацій по проблемі. Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Дослідженням класифікацій інновацій присвячено праці таких вчених, як: Ю. Бажал, В. Воронкова, М. Йохна, Р. Косчик, Г. Менш, О. Молчанова, Н. Сиротинська, В. Соловійов, В. Стадник, Л. Федулова, Й. Шумпетер. Проте в реаліях сьогодення дана проблема вимагає свого подальшого опрацювання, тому що питання виокремлення інновацій за різними ознаками досі залишаються дискусійними. В першу чергу, це стосується методичних основ дослідження ознак інноваційних товарів в контексті розвитку технологічного підприємництва.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування. У фахових наукових працях питанню класифікації інновацій приділяється багато уваги, але єдиного загальноукраїнського класифікатора інноваційних товарів як систематизованого переліку класифікаційних угру-

пувань, найменувань та кодів видів інноваційних товарів на основі найбільш характерних ознак ринку інноваційних товарів на сьогодні не існує. Такий класифікатор, з одного боку, дозволив би надати узагальнення відомих підходів і показав би найбільш значимі ознаки класифікації, з іншого, він являв би собою відкриту систему, що може доповнюватись та змінюватись. Розробка такого класифікатора дозволяє прискорити визначення рівня інноваційних товарів за значимістю на кожному етапі впровадження з метою прийняття оперативних та обґрунтованих організаційних і управлінських рішень стосовно інноваційної діяльності.

Побудова єдиного загальноукраїнського класифікатора інноваційних товарів передбачає такі етапи:

Етап 1 – Контент-аналіз класифікаційних ознак інновацій.

Етап 2 – Визначення категорії ринку інновацій.

Етап 3 – Визначення категорії «інноваційні товари».

Етап 4 – Відбір ознак, за якими доцільно здійснювати класифікацію інноваційних товарів відповідно до статистичної звітності.

Етап 5 – Розробка єдиного загальноукраїнського класифікатора інноваційних товарів (далі – ЗУКІТ)

Отже, більш детально розглянемо наповнення кожного етапу.

Етап 1.

Слово «інновація» походить від латинського слова «innovatio», що в перекладі означає «оновлення», за змістом є аналогічним слову «нововведення». Дане поняття має ряд понять-синонімів:

– автори Великого економічного словника вважають, що інновація і нововведення – це одне й теж [1, с. 541];

– відповідно до змісту Великого тлумачного словника для бізнесу (Collins) інновація, нововведення і наукові дослідження та дослідно-конструкторські розробки (НДДКР) – поняття синонімічні [2, с. 172; 283; 296].

Відповідно до законів України «Про інноваційну діяльність» та «Про наукову і науково-технічну діяльність» інновація – це новостворені (застосовані) і (чи) вдосконалені конкурентоздатні 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 [3; 4].

Контент-аналіз категорії «інновація» свідчить про те, що сьогодні не існує єдиного погляду на сутнісне наповнення даної категорії (табл. 1).

Таблиця 1

Контент-аналіз категорії «інновації»

Автор	Сутність категорії «інновації»
В. Ковальов [5, с. 35]	Це кінцевий результат інноваційної діяльності, який здобув реалізацію у вигляді нового або вдосконаленого продукту, що реалізується на ринку, нового або вдосконаленого технологічного процесу, який використовується у практичній діяльності
Котлер Ф. [6, с. 589]	Це ідея, товар чи технологія, запущена в масове виробництво та представлена на ринку, яку споживач сприймає як абсолютно нову чи таку, що володіє певними унікальними якостями
Санто Б. [7, с. 8]	Це такий суспільно-техніко-економічний процес, який через практичне використання ідей та винаходів приведе до створення кращих за своїми якостями виробів, технологій, та у випадку, якщо інновація орієнтована на економічну вигоду, прибуток, її поява може принести додатковий дохід
Соловьев В.П. [8, с. 21]	Це не дія з досягнення якогось результату, а сам результат – новація, нововведення
Твісс Б. [9, с. 21]	Це процес, в якому винахід чи ідея отримують економічний зміст
Шарко М. [1, с. 17]	Це нова вигода кінцевий результат, який представляє собою матеріалізацію нових знань
Шумпетер Й. [11, с. 156]	Це нова науково-організаційна комбінація виробничих факторів, мотивована підприємницьким духом

Отже, як свідчать вищенаведені визначення «інновації» дану категорію доцільно розглядати в якості інноваційного процесу тобто «послідовного ланцюгу подій, у ході яких інновація визріває від ідеї до конкретного продукту, технології або послуги і поширюється в господарській практиці» [12, с. 36]. Процес просування нововведення на ринок прийнято називати процесом комерціалізації [13, с. 15]. Період часу між появою нововведення й втіленням його в нововведення (інновацію) називається інноваційним лагом [14, с. 178].

Обов'язковими властивостями інновації є науково-технічна новизна, виробнича застосовність та комерційна реалізованість. Відсутність кожної з них негативно позначається на інноваційному процесі.

Комерційна реалізуємість визначає інновацію як економічну необхідність, що усвідомлюється через потреби ринку. Науково-технічна інновація характеризує кінцевий результат науково-виробничого циклу, що виступає як особливий товар – науково-технічна продукція – та є матеріалізацією новітніх наукових ідей та знань, відкриттів, винаходів та розробок у виробництві з метою комерційної реалізації, для задоволення конкретних потреб ринку.

Таким чином, науково-технічні інновації повинні мати такі характеристики, як: новизна; спроможність задовольняти ринковому попиту та приносити прибуток виробникові.

Основними фазами інноваційного процесу є:

– процес «дослідження – виробництво»: включає період фундаментальних досліджень (вони відносяться до невиробничої сфери й можуть мати своїм результатом цілий клас інновацій у різних областях);

– науково-виробничий цикл: процес створення, освоєння й поширення конкретної інновації.

Згідно з проектом «Oslo Manual», розробленим під егідою Фонду розвитку промисловості країн Північної Європи у 1992 р.: «інновація, яка спрямована на створення нових видів продукції, або інноваційна

продукція (product innovation) – це комерціалізація продукції, яка втілює в собі технологічні зміни. Технологічні зміни мають місце в тому випадку, якщо проектно-конструкторські характеристики змінюються таким чином, що в результаті споживач здобуває можливість задоволення і нових, і традиційних потреб, але вже на найкращому ступені. Інновація, спрямована на створення нових процесів, або інновація процесів (process innovation), має місце в тому випадку, якщо наявна значна зміна технології виробництва якого-небудь виду продукції. Це матиме на увазі створення нового обладнання, розробку нових методів управління й організації або ж те і інше одночасно» [15].

Контент-аналіз існуючих класифікацій інновацій за різними ознаками (на сьогодні їх більше 50) свідчить про дискусійність даного питання та необхідність подальших досліджень.

Отже, більш детально розглянемо класифікаційні ознаки інновацій і відповідно групи, що вони утворюють:

1. *За рівнем новизни* (класифікація Г. Менша) [16]:

1.1. Базові: інновації, що змінюють техніко-технологічний рівень виробництва, дозволяють створювати принципово нові товари та послуги.

1.2. Поліпшуючі: мають дещо менший за базові рівень новизни.

1.3. Псевдоінновації: характеризують незначні удосконалення якості товару або послуги, при яких не здійснюється техніко-технологічний рівень виробництва.

2. *За кінцевим результатом або за видом об'єкту* [17; 18, с. 190; 18, с. 317-318; 19, с. 9-10; 20, с. 255]:

2.1. Продуктові: впровадження товару або послуги, що є новими або значно поліпшеними за його властивостями або способами використання. Сюди входять значні вдосконалення в технічних характеристиках, компонентах і матеріалах, у вбудованому програмному забезпеченні, у рівні сумісності з користувачем або в інших функціональних характеристиках.

2.2. Процесні: впровадження нового або значно поліпшеного способу виробництва або доставки продукту. Сюди входять значні зміни в технології, виробничому устаткуванні й/або програмному забезпеченні.

2.3. Організаційні: впровадження нового організаційного методу в діяльності підприємства (організації), в організації робочих місць або зовнішніх зв'язків.

2.4. Маркетингові: впровадження нового методу продажу, включаючи значні зміни в дизайні або упаковці продукту, його складуванні, просуванні на ринок або в визначенні продажної ціни, що націлені на краще задоволення потреб споживача, відкриття нових ринків або завоювання нових позицій для продукції підприємства на ринку з метою збільшення обсягу продажу.

3. *За причинами виникнення* [19, с. 317-318; 22, с. 26-27]:

3.1. Реактивні (поліпшувальні): забезпечують виживання та конкурентоспроможність фірми на ринку, виникаючи як реакція на нові перетворення, що здійснюються конкурентами. Вони проводяться в межах розвитку та удосконалення напрямів діяльності.

3.2. Стратегічні: їх впровадження має випереджувальний характер з метою отримання вирішальних конкурентних переваг у перспективі. Вони створюють нові напрями діяльності або забезпечують успішне функціонування існуючих напрямів на тривалий час.

4. *За масштабом впровадження* [18, с. 191-193; 19, с. 317-318]:

4.1. Міжнародні: нові на міжнародних ринках.

4.2. На рівні країни: нові на рівні країни.

4.3. На рівні галузі (виду економічної діяльності): нові на рівні певної галузі (виду економічної діяльності).

4.4. На рівні підприємства (фірми): нові на рівні підприємства (фірми).

5. *За частотою застосування* [18, с. 191; 19, с. 317-318; 23, с. 12]:

5.1. Разові: застосовуються тільки в тій сфері, для якої вони спочатку і розроблялися.

5.2. Повторювані (дифузія інновацій): процес поширення вже один раз освоєної, реалізованої інновації, тобто застосування інноваційних продуктів, послуг, технологій в нових місцях і умовах.

6. *За місцем в системі підприємства* [19, с. 317-318; 22, с. 25]:

6.1. «На вході» в підприємство.

6.2. «На виході» з підприємства.

6.3. Інновації структури підприємства.

7. *За змістом діяльності* [19, с. 317-318; 22, с. 25]:

7.1. Технологічні.

7.2. Виробничі.

7.3. Економічні.

7.4. Торговельні.

7.5. Соціальні.

7.6. Управлінські.

7.7. Інфраструктурні.

7.8. Культурні.

7.9. Політичні.

7.10. Комплексні.

7.11. Екологічні.

7.12. Інформаційні.

8. *За значенням для реального напрямку діяльності* [24, с. 40]:

8.1. Фундаментальні: радикально змінюють сталий або формують новий напрям діяльності.

8.2. Модифікувальні: здійснюються в межах удосконалення та розвитку фундаментальних.

8.3. Псевдоінновації: зовнішні неістотні зміни продуктів або процесів, що не мають принципової новизни і не створюють жодних додаткових переваг для споживачів.

9. *Залежно від значущості* [25, с. 419]:

9.1. Великі: ґрунтуються на відкриттях та великих винаходах, формують нове покоління техніки.

9.2. Середні: створюють нові моделі вже існуючої техніки та розширюють сферу їх застосування.

9.3. Дрібні: покращують виробничі або споживчі параметри існуючої техніки на основі дрібних винаходів та раціоналізаторських пропозицій.

10. *За формою* [18, с. 191; 19, с. 317]:

10.1. Винаходи, патенти.

10.2. Раціоналізаторські пропозиції.

10.3. Ноу-хау.

10.4. Товарні знаки, торгові марки, емблеми.

10.5. Нові документи, що описують технологічні, виробничі, управлінські процеси, конструкції, структури та методи.

11. *За суб'єктом створення* [18, с. 191-192]:

11.1. Розроблені на підприємстві.

11.2. Розроблені у ВНЗ.

11.3. Розроблені у технопарку.

11.4. Розроблені у технополісі.

11.5. Розроблені у науковому парку.

11.6. Розроблені в інноваційному інкубаторі.

11.7. Розроблені фізичною особою.

12. *За типом інновацій* [21, с. 255]:

12.1. Технологічні: пов'язані із розробкою та впровадженням як технологічно нових, так і значно технологічно удосконалених продуктів (продуктові інновації) і процесів (процесові інновації).

12.2. Не технологічні: маркетингові та організаційні інновації.

13. *За напрямками комерціалізації* (класифікація Шумпетера) [11, с. 157-158]:

13.1. Спрямовані на використання нових матеріалів і компонентів.

13.2. Спрямовані на використання нових процесів.

13.3. Спрямовані на відкриття нових ринків.

13.4. Спрямовані на використання нових організаційних форм.

13.5. Спрямовані на відкриття нових джерел сировини.

14. *За джерелом ідеї нового товару*:

14.1. Нові товари, що «втягуються попитом»: викликані до життя попитом, який спостерігається на ринку.

14.2. Нові товари, що «вштовхуються лабораторією»: які базуються на фундаментальних дослідженнях і можливостях технології.

Європейські та американські дослідження секторів промисловості показують, що приблизно 60-80% вдалих нововведень має ринкове походження проти 20-40%, які створюються в лабораторіях (НДІ, КБ).

15. *За рівнем стратегічної ролі нових технологій* (класифікація фірми «Артур Д. Літмл»):

15.1. Ключові технології: освоєні фірмою прогресивні маловідомі технології, які забезпечують їй конкурентоспроможність і стан лідера на даний момент.

Це «радикальні інноваційні продукти» або «хайтек-продукти» (високотехнологічні продукти).

15.2. Базові технології: добре відпрацьовані та широко відомі сучасні технології, які забезпечують фірмі прийнятну якість продукції.

15.3. Виникаючі технології: технології, що знаходяться ще на стадії експериментів, але в перспективі спроможні забезпечити добрі позиції щодо змін у конкурентній боротьбі.

15.4. Закриваючі технології: деякі технології із-за радикальної новизни просто «закривають» деякі галузі та їх робочі місця. Наприклад, поява автомобіля «закрила» гужовий транспорт, поява транзисторних приймачів «закрила» галузь лампових приймачів.

16. *Залежно від глибини змін фізичних або сприйнятих окремих характеристик товару (класифікація Шоффера та Доре):*

16.1. Оригінальні товари: ті, в яких переважають суттєві ознаки новизни за конструкцією, новими елементами, принципом дії, характеристиками, які можна віднести до радикальних інноваційних продуктів.

16.2. Оновлені товари: ті, в яких при збереженні базових характеристик змінюються деякі фізичні параметри.

16.3. Товари з новим позиціонуванням: змінені тільки характеристики, що сприймаються.

Розглянемо тепер поняття високотехнологічної та науково-технічної продукції. Під високотехнологічною продукцією ми будемо розуміти продукцію матеріального виробництва, у витратах на створення дослідного зразка якої значну частку становлять витрати інтелектуально-наукової праці. Для визначення високотехнологічних галузей зазвичай розраховується співвідношення середньорічного обсягу витрат на дослідження і розробки до річного обсягу реалізації продукції галузі.

У табл. 2 наводиться класифікація галузей обробної промисловості країн, що входять в Організацію з економічного і соціального розвитку (ОЕСР), за ступенем наукоємності (відношення витрат на дослідження і розробки до обсягу відвантаженої продукції, %) [26].

Таблиця 2

Класифікація за ступенем наукоємності галузей обробної промисловості країн, що входять в ОЕСР

Галузі	Наукоємність, %
Аерокосмічні	15,0
Комп'ютерні	11,5
Фармацевтика	10,5
Електронні комунікації	8,0
<i>Середньовисокі технології</i>	
Наукове приладобудування	5,1
Технології наземного транспорту	3,4
Електрообладнання	2,8
Хімічні технології	3,2
Інший транспортний обладнання	1,6
Неелектричне обладнання	1,7
<i>Середньоніzkі технології</i>	
Суднобудування	0,7
Інше виробництво	0,6
Кольорові метали	0,9
Неметалеві мінеральні продукти	0,9
Металургія	0,6
Нафтопереробка	1,0
Чорна металургія	0,6
<i>Низькі технології</i>	
Паперова промисловість і поліграфія	0,3
Текстиль, одяг і шкіра	0,2
Продукти харчування, напої і тютюн	0,3
Деревообробка і меблеве виробництво	0,2

Науково-технічна продукція визначається як купність науково-технічної інформації, що має комерційне значення і реалізованої споживачеві переважно в нематеріальній формі (у вигляді ліцензії або науково-технічної послуги).

При класифікації високотехнологічної (наукоємної) і науково-технічної продукції за формою вираження можна виділити такі групи: нові предмети споживання; нові прилади та обладнання; нові технології; нові матеріали; нові стандарти; нові форми організації праці; нові проекти об'єктів соціальної інфраструктури та капітальних будівель.

Науково-технічна послуга – це захід науково-технічного характеру, пропонується споживачеві в нематеріалізованому вигляді і якому притаманні такі

властивості, як: невіддільність від джерела; мінливість якості.

Науково-технічні послуги можна класифікувати за такими ознаками:

- джерела послуги: науково-технічний працівник, науково-технічне обладнання і те й інше разом;
- за галузями науково-технічної діяльності: в галузі лазерної технології, хімії малих об'єктів;
- за стадіями інноваційного циклу: послуги в галузі прикладних НДР, послуги в області ОКР, послуги з обробки промислової технології виробництва;
- за типами обслуговування нововведень: послуги з розробки нових форм організації праці, послуги замість розробки нових матеріалів.

Етап 2.

Ринок інновацій, на думку авторів, слід розглядати як сукупність трьох ринків: ринку ідей, ринку інноваційних товарів, ринок інноваційних технологій.

В рамках тематики нашого дослідження ми увагу зосереджуємо у даній статті на *ринку інноваційних товарів*, який з точки зору попиту представляє собою систему організаційно-економічних відносин між технологічними підприємцями, які створюють інноваційні продукти на основі нових ідей, та споживачами цих продуктів [27-29].

Етап 3.

Інноваційні товари у ЗУКІП будемо розглядати як нові вироби, які створено технологічними підприємцями на основі нових ідей з метою задоволення вимог споживачів цих продуктів.

Етап 4.

Ключовим елементом вищезазначеного класифікатора є *класифікаційна ознака інноваційного товару*, що характеризує *якість або властивість об'єкту*, за яким здійснюється класифікація. Вона може мати як кількісне, так і якісне вираження. На думку авторів, у зв'язку з тим, що паспорту інноваційних товарів та їх статистики на макро-, мезо- та мікрорівнях не існує, інформацію для заповнення ЗУКІТ доцільно отримувати анкетним методом, залучаючи для цього в якості експертів фахівців, діяльність яких пов'язана з інноваціями.

Класифікація інноваційних товарів:

1. *За рівнем новизни:*

- 1.1. Нові на рівні підприємства.
- 1.2. Нові на ринку інновацій.

2. *За джерелами фінансування:*

- 2.1. Кошти центрального уряду.
- 2.2. Кошти місцевих і регіональних органів влади.
- 2.3. Залучені кошти.
- 2.4. Власні кошти

3. *За масштабами впровадження:*

- 3.1. На рівні підприємства.
- 3.2. На рівні регіону.
- 3.3. На рівні галузі.

4. *За вимогами технологічних підприємців:*

- 4.1. Підвищення продуктивності праці.
- 4.2. Зменшення матеріалів або води на одиницю продукції.

- 4.3. Зменшення споживання енергії або вуглецевого сліду.

- 4.4. Зменшення шуму, забруднення ґрунту, води чи повітря.

- 4.5. Заміна частини матеріалів на менш забруднюючі або небезпечні.

- 4.6. Заміна частини викопних джерел енергії на відновлювальні.

- 4.7. Забезпечення рециркуляції відходів, води, матеріалів для власного використання та продажу.

5. *За вимогами кінцевих споживачів:*

- 5.1. Енергозберігаючі.

- 5.2. Зменшення шуму, забруднення ґрунту, води та повітря.

- 5.3. Довговічні.

- 5.4. Забезпечують полегшення утилізації продукції після використання.

Етап 5.

Загальноукраїнський класифікатор інноваційних товарів, який містить дві частини: вступ і класифікацію інноваційних товарів.

ВСТУП

Загальноукраїнський класифікатор інноваційних товарів є складовою частиною державної системи класифікацій на внутрішньому ринку інновацій.

Це систематизований перелік класифікаційних угруповань, найменувань та кодів видів інноваційних товарів на основі найбільш характерних ознак ринку інноваційних товарів.

Об'єктами класифікації є нові вироби, які створено технологічними підприємцями на основі нових ідей з метою задоволення вимог споживачів цих продуктів.

Він дозволяє прискорити визначення рівня інноваційних товарів за значимістю на кожному етапі впровадження з метою прийняття оперативних та обґрунтованих організаційних і управлінських рішень стосовно інноваційної діяльності.

Загальна структура цифрового коду ЗУКІТ відповідає такій схемі:

X – розділ (класифікаційна ознака);

XX – група (підклас).

На рівні класифікаційного угруповання «група» забезпечується деталізація з урахуванням вимог національної економіки, теорії інновацій та статистики. Рівень підкласу має значення від «1» до «9» і завжди означає іншу продукцію в межах конкретного розділу.

Даний класифікатор розробляється як за видами економічної діяльності, так і на регіональному рівні та має такий вигляд (табл. 3).

Таблиця 3

Класифікація інноваційних товарів

Розділ	Група	Назва класифікаційного угруповання	Код виду економічної діяльності	Назва товару	Регіон
1	2	3	4	5	6
1		Рівень новизни			
	1.1	Нові на рівні підприємства			
	1.2	Нові на рівні ринку			
2		Джерела фінансування			
	2.1	Кошти центрального уряду.			
	2.2	Кошти місцевих і регіональних органів влади			
	2.3	Залучені кошти			
	2.4	Власні кошти			

1	2	3	4	5	6
3		Масштаб (рівень) впровадження			
	3.1.	На рівні регіону			
	3.2.	На рівні виду економічної діяльності (галузі)			
4		Вимоги технологічних підприємств			
	4.1.	Підвищення продуктивності праці			
	4.2.	Зменшення матеріалів або води на одиницю продукції			
	4.3.	Зменшення споживання енергії або вуглецевого сліду			
	4.4.	Зменшення шуму, забруднення ґрунту, води чи повітря			
	4.5.	Заміна частини матеріалів на менш забруднюючі або небезпечні			
	4.6.	Заміна частини викопних джерел енергії на відновлювальні			
5		Вимоги кінцевих споживачів			
	5.1.	Енергозберігаючі			
	5.2.	Зменшення шуму, забруднення ґрунту, води та повітря			
	5.3.	Довговічні			
	5.4.	Забезпечують полегшення утилізації продукції після використання			

Висновки. Однією з причин того, що інноваційна модель соціально-економічного розвитку України не працює є відсутність інформації щодо інноваційної продукції, яка б відповідала вимогам як технологічних підприємств, так і її кінцевих споживачів. Джерелом для накопичення такої інформації є класифікатор інноваційних товарів, але він в Україні відсутній. Тому пропонується:

1. Рекомендувати Державній службі статистики України запровадити звітність інноваційних товарів на регіональному рівні та за видами економічної діяльності за такими ознаками, як: рівень новизни інноваційної продукції, джерело фінансування, масштаб впровадження, вимоги технологічних підприємств, вимоги кінцевих споживачів.

2. Доцільно розробити структурну модель мотивації до розвитку внутрішнього ринку інноваційних товарів на базі запропонованого класифікатора інноваційних товарів.

Список використаних джерел

1. Большой экономический словарь / Под ред. А.Н. Азриляна. 5-е изд. Москва: Институт новой экономики, 2002. 1280 с.
2. Пасс К., Б. Лоус, Э. Пендлтон, Л. Чедвик. Большой толковый словарь бизнеса. Москва: Вече, АСТ, 1998. 688 с.
3. Про інноваційну діяльність: Закон України від 04.07.2002 р. URL: zakon.rada.gov.ua.
4. Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності: Закон України від 16.01.2003 р. URL: zakon.rada.gov.ua.
5. Ковалев В.В. Финансовый анализ : методы и процедуры. Москва : АО «Финстатинформ», 1995. 96 с.

6. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Дж., Вонг В. Основы маркетинга / пер. с англ. [2-е европ. изд.]. С.- Пб.: ИД «Вильямс», 2000. 944 с.

7. Санто Б. Инновация как средство экономического развития. Москва: Прогресс, 1990. 296 с.

8. Соловьев В.П. Инновационная деятельность как системный процесс в конкурентной экономике (синергетические эффекты инноваций): монография. Киев: Феникс, 2004. 560 с.

9. Твисс Б. Управление научно-техническими нововведениями. Москва: Экономика, 1989. 281 с.

10. Шарко М.В. Формирование инновационного потенциала предприятий: монография. Херсон: ФОРП Гринь Д.С., 2014. 288 с.

11. Шумпетер Й. Теория экономического развития. Москва: Прогресс, 1982. 456 с.

12. Поляков С.Г., Степнов С.Г. Модель инновационного развития предприятия. *Инновации*. 2003. № 2-3 (59-60). С. 36-38.

13. Винарчик П. Спасение идей: Й. Шумпетер и ключевые проблемы противоборствующих экономических теорий. *Экономика*. 2003. №11. С. 15-27.

14. Завлин П.Н., Васильев А.В. Оценка эффективности инноваций. СПб. : Изд. дом «Бизнес-пресса», 2007. 216 с.

15. Micklethwait J., Wooldridge A. A Future Perfect. The Challenge and Hidden Promise of Globalization. William, 2004. 386 p.

16. Mensch G. Statement in Technology: innovation overcome the depression. Cambridge: Mass, 1979. 360 p.

17. Руководство Осло. Рекомендации по сбору и анализу данных по инновациям. Третье издание. Перевод с английского. Москва, 2006, 196 с. URL: <http://gii-vuz.extech.ru/doc/oslo.pdf>.

18. Косчик Р.С. Види інновацій на промислових підприємствах. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2012. Вип. 22.02. С. 185-194.

19. Сиротинська Н.М. Види інноваційних підприємств промисловості. *Вісник національного університету Львівська політехніка. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку*. Львів, Львівська політехніка, 2012. № 727. С. 314-319.

20. Соловійов В.П., Кореняко Г.І., Головатюк В.М. Інноваційний розвиток регіонів: питання теорії та практики: монографія. Київ: Фенікс, 2008. 224 с.

21. Наукова та інноваційна діяльність України, 2015 рік: статистичний збірник. Київ: Державна служба статистики, 2016. 258 с.

22. Йохна М.А., Стадник В.В. Економіка і організація інноваційної діяльності: навч. посіб. Київ: Академія, 2005. 400 с.

23. Инновационный менеджмент /под ред. О.П. Молчановой. Москва, 2001.

24. Федулова Л.І. Інноваційна економіка: підручник. Київ: Либідь, 2006. 480 с.

25. Воронкова В.Г. Теоретичні засади управління інноваційним процесом в Україні. *Вісник Національного університету Львівська політехніка. Проблеми економіки та управління*. 2008. № 628. С. 417-423.

26. Input-Output and BTD databases (DSTI, EAS division). OECD, ANBERD, STAN. URL: oecd.org//dsti/sti/stat-ana/stats/cde/mi2-99.pdf.

27. Инновации, конкуренция и предпринимательство / Под ред. С.Г. Светунькова. СПб: Изд-во СПбГУЭФ, 2008. 96 с.

28. Концептуальные основы теории предпринимательских инноваций / пПод ред. С.Г. Светунькова. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2009.

29. Светуньков С.Г. Ищутин Р.В. Понятие «рынок инноваций» и его определение. Развитие российского и регионального бизнеса в условиях мирового финансового кризиса // Материалы Всероссийской научно-практической конференции. Псков; СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2009.

References

1. Azriliyan, A.N. (Eds.). (2002). .Large economic dictionary [*Big Economic Dictionary*]. 5th ed. Moscow, Institute of New Economics [in Russian].

2. Pass, K., Lous, B., Pendlton, E., &Chedvik, L. (1998). Bolshoy tolkovyy slovar [*Large explanatory dictionary of business*].Moscow: Veche, AST [in Russian].

3. Pro innovacijnu dijajlnistj»: Zakon Ukrajinu vid 04.07.2002 [Law of Ukraine «On innovation activities»] Retrieved from: zakon.rada.gov.ua. [in Ukrainian].

4. Pro priorityetni naprjamu innovacijnoji dijajlnosti: Zakon Ukrajinu vid 16.01.2003 [Law of Ukraine “On priority directions of innovation activity”] Retrieved from zakon.rada.gov.ua. [in Ukrainian].

5. Kovalev, V.V. (1995). *Finansovyy analiz: metody i procedury* [*The financial analysis: methods and procedures*]. Moscow, Finstatinform [in Russian].

6. Kotler, A., Armstrong, G.,Saunders, J., &Vong, V. (2000). *Osnovy marketinga* [*Marketing basics*]. S.-Pt., Williams [in Russian].

7. Santo, B. (1990). Innovatciya kak sredstvo ekonomicheskogo razvitiya [*Innovation as a means of economic development*]. Moscow, Progress [in Russian].

8. Soloviev, V. P. (2004). *Innovacionnaja dejatel'nost' kak sistemnyj process v konkurentnoj ekonomike (sinergetich-*

eskie efekty innovacij) [*Innovation activity as a system process in a competitive economy (synergistic effects of innovation)*]. Kiev, Phoenix [in Russian].

9. Tvis, B. (1989). *Upravlenie nauchno-tehnicheskimi innovovvedenijami* [*Management of scientific and technical innovations*]. Moscow, Economy [in Russian].

10. Sharko, M. V. (2014). *Formirovanie innovacionnogo potentsiala predpriyatij* [*Formation of innovative potential of enterprises*]. Kherson, FOP Grin D.S. [in Russian].

11. Schumpeter, Y. (1982). *Teorijaj ekonomicheskogo razvitiya* [*Theory of Economic Development*]. Moscow, Progress [in Russian].

12. Polyakov, S.G., &Stepnov S.G. (2003). *Model innovacionnogo razvitiya predpriyatija* [*Model of enterprise innovation development*]. *Innovacii -Innovation*, 2-3, 36-38 [in Russian].

13. Vinarchik, P. (2003). *Spasenie idej: J. Shumpeter i kljuchevye problemy protivoborstvujushhih ekonomicheskikh teorij* [*Salvation of ideas: J. Schumpeter and key problems of opposing economic theories*]. *Ekonomika – Economy*, 11, 15-27 [in Russian].

14. Zavlin, P.N.,Vasiliev, A.V. (2007). *Ocenka effektivnosti innovacij* [*Evaluation of the effectiveness of innovation*]. S-Pb, Business press [in Russian].

15. Micklethwait J., Wooldridge A. *AFuture Perfect.The Challengeand Hidden Promiseof Globalization*. William, 2004. 386 p.

16. Mensh G. *Statement in Technology: innovation overcome the depression*. Cambridge: Mass,1979. 360 p.

17. Rukovodstvo Oslo. *Rekomedatsii po sboru I analizu dannyih po innovatsiyam*. (2006). Retrieved July 05, 2018, from <http://rii-vuz.extech.ru/doc/oslo.pdf>.

18. Koszik, R.S. (2012). *Vydy innovacij na promyslovyykh pidprijemstvakh* [Types of innovations at industrial enterprises]. *Naukovyj visnyk NLTU Ukrainy - Scientific Bulletin NLTU of Ukraine*, 22.02, 185-194 [in Ukrainian].

19. Sirotinska, N.M. (2012).*Vydy innovacijnykh pidprijemstv promyslovosti* [Types of Innovative Business Entrepreneurship]. *Visnyk nacional'nogho universytetu Ljvivs'jka politehnika. Menedzhment ta pidprijemnyctvo v Ukrajinu: etapy stanovlennja i problem rozvytku - Bulletin of the National University of Lviv Polytechnic. Management and Entrepreneurship in Ukraine: Stages of Development and Development*, Issues, 727, 314-319 [in Ukrainian].

20. Solovyov, V.P., Korenyako, G.I., & Golovatyuk,V.M. (2008). *Innovacijnij rozvitok regioniv: pitannja teorii ta praktiki* [*Innovative development of regions: issues of theory and practice*]. Kiev: Phoenix [in Ukrainian].

21. *Naukova ta innovacijna dijajlnist Ukrajinu, 2015 rik : statystychnyy zbirnyk (2015).*[*Scientific and innovative activity of Ukraine, 2015: statistical collection*] (2016). State Statistics Service. Kyiv [in Ukrainian].

22. Yohna M.A., &Stadnik, V.V. (2005). *Ekonomika i orghanizacija innovacijnoji dijajlnosti* [*Economics and organization of innovation activity*]. Kyiv, Academy [in Ukrainian].

23. Molchanova, O.P. (Eds.). (2001). *Innovatsionnyj menedzhment* [*Innovative management*]. Moscow [in Russian].

24. Fedulova, L.I. (2006). *Innovacijna ekonomika* [*Innovative economy*]. Kyiv, Lybid [in Ukrainian].

25. Voronkova, V.G. (2008). *Teoretychni zasady upravlinnja innovacijnym procesom v Ukrajinu* [Theoretical foundations of innovation process management in Ukraine]. *Visnyk Nacionalnoho universytetu Ljvivs'jka*

Politehnika. Problemy Ekonomiky Ta Upravlinnja - *Bulletin of Lviv Polytechnic National University. Problems of Economics and Management*, 628, 417-423 [in Ukrainian].

26. Input-Output and BTD databases (DSTI, EAS division). OECD, ANBERD, STAN. URL: [oecd.org//dsti/sti/stat-ana/stats/cde/mi2-99.pdf](http://dsti/sti/stat-ana/stats/cde/mi2-99.pdf) [in English] Input-Output and BTD databases (DSTI, EAS division). OECD, ANBERD, STAN. URL: [oecd.org//dsti/sti/stat-ana/stats/cde/mi2-99.pdf](http://dsti/sti/stat-ana/stats/cde/mi2-99.pdf).

27. Svetunkukova, S.G. (Eds.). (2008). *Innovacii, konkurencija i predprinimatelstvo [Innovation, Competition and Entrepreneurship]*. S-Pb., SPbGUEF [in Russian].

28. Svetunkukova S.G. (Eds.). (2009). *Konceptual'nye osnovy teorii predprinimatel'skikh innovacij [Conceptual foundations of the theory of entrepreneurial innovations]*. S-Pb., SPbGUEF [in Russian].

29. Svetunkukova, S.G., Ischutin R.V. (2009). *Ponjatije «rynokinnovacij» i ego opredelenie. Razvitie rossijskogo i regional'nogo biznesa v uslovijah mirovogo finansovogo krizisa [The concept of "innovation market" and its definition. Development of Russian and regional business in the context of the global financial crisis]: Vse-rossijskaja nauchno-praktičeskaja konferencija -All-Russian Scientific and Practical Conference. Pskov: publishing house SPSUEF [in Russian]*.

Т. П. Гітис

канд. екон. наук

ORCID 0000-0002-4992-8438,

А. А. Нікуліна,

Донбаська державна машинобудівна академія, м. Краматорськ

ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО СТАНУ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ УКРАЇНИ

Постановка проблеми. Вперше поняття «трудові ресурси» було сформульовано академіком С. Г. Струмлініним, який визначив, що трудові ресурси – це «основний фонд, що живить собою всяке народне господарство, жива робоча сила даної країни або народу. Будь-яке скорочення або розширення цього фонду робить величезний вплив на загальний тип господарського розвитку» [1]. Тобто, наявність та стан трудових ресурсів безпосередньо впливає на рівень економічного розвитку країни, забезпечує ефективність виробництва та конкурентоспроможність суб'єктів господарювання.

Згідно статистичних спостережень Державного комітету статистики України станом на 1 лютого 2018 року в Україні проживало 42,4 млн осіб [2]. При цьому спостерігається щорічне скорочення населення України. Науковці відмічають, якщо динаміка не зміниться, то до 2050 року кількість населення скоротиться на 8,5 млн і складе 28,0 млн осіб. З таким рівнем спаду населення через 10-20 років в Україні катастрофічно не вистачатиме трудових ресурсів. Вже на даний час в Україні економічно активне населення складає 18 млн осіб при кількості економічно неактивного населення – 18,5 млн осіб.

Подолання скорочення трудових ресурсів України неможливе без дослідження забезпеченості економіки держави трудовими ресурсами, аналізу їх стану та ефективності використання.

Аналіз останніх досліджень. Питанням дослідження стану трудових ресурсів України, руху трудового капіталу, пропозиції робочої сили та її відповідності попиту присвячені праці таких вітчизняних науковців, як: О. І. Амоша [3], Т. В. Давидюк [4], Е. М. Лібанова [5], С. О. Цимбалюк [6] та ін.

Розроблені наукові підходи та методології систематизують оцінку трудових ресурсів за показниками, об'єднаним за групами: забезпеченості трудовими ресурсами, кваліфікації, руху трудових ресурсів, ефек-

тивності використання трудових ресурсів, забезпеченості заробітною платою.

До чинників, що впливають на стан трудових ресурсів науковці відносять:

- наявність стратегії розвитку трудового потенціалу країни, яка має відповідати на актуальні для України виклики;

- економічний рівень розвитку країни та вартість національної робочої сили;

- наявність системи навчання впродовж життя, зокрема, дорослих осіб, орієнтованої на подовження терміну їх продуктивної зайнятості;

- відтік за кордон працездатного населення та молоді;

- проведення системного аналізу структури зайнятості осіб на ринку праці;

- збалансованість попиту та пропозиції робочої сили;

- підвищення престижності низькокваліфікованої, але суспільно-необхідної праці;

- відповідність професійно-освітньої підготовки працівників перспективним вимогам ринку праці.

Мета статті полягає в проведенні оцінки стану трудових ресурсів в Україні, аналізу тенденцій розвитку ринку праці в розрізі оцінки попиту і пропозиції трудових ресурсів та оцінки впливу на ефективність економічної діяльності держави та суспільства в цілому.

Виклад основного матеріалу дослідження. Як відомо, кількість трудових ресурсів залежить від офіційно встановлених вікових меж – верхнього і нижнього рівнів працездатного віку, частки працездатних серед населення працездатного віку, чисельності осіб, що беруть участь у громадській праці, та тих, хто знаходиться за межами працездатного віку. Провідну роль при формуванні трудових ресурсів відіграє населення в працездатному віці.

Проведений аналіз вікових рівнів працездатного населення країн світу показав наступну середню три-