

ПРОДУКТОВА ІННОВАЦІЯ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У статті проаналізовано підходи до визначення поняття "продуктова інновація" та представлено власне тлумачення. Авторами визначено, що продуктова інновація являє собою кінцевий етап розробки нових або удосконалених продуктів, які задовольнятимуть потреби користувачів. Представлено особливості розвитку ІТ-сфери на національному та зарубіжному ринках. Продемонстровано доцільність застосування продуктової інновації у ІТ-сфері, що є фактором підвищення конкурентоспроможності підприємства. Зокрема, продуктове інновації в ІТ-галузі та онлайн-застосунки використовуються компаніями з метою спрощення функціоналу робіт співробітників, заощадження часу та підвищення конкурентоспроможності на ринку. Доведено, що розкриваючи трансформацію онлайн-ресурсу в інноваційний ІТ-продукт, як результат можливості збільшення доходу підприємства, було виявлено механізм, який сприяє покращенню можливостей персоналу компаній-партнерів забезпечувати якість обслуговування клієнтів у точках продажу та збільшенню обсягів збуту дистанційно.

Ключові слова: продуктова інновація; ІТ-сфера; конкурентоспроможність підприємства; навчання персоналу; непряма мотивація.

Вступ. Пандемія змусила ІТ сферу подивитися на світ через іншу призму. Так, спостерігається розвиток новітніх технік та технологій, що є корисним людству для адаптування поведінки під швидкозмінне зовнішнє середовище; відзначається розвиток "нового" обслуговування клієнтів через додатки, коли клієнт прямує до магазину може орієнтуватися яким він буде в черзі. Через коронакризу багатьом підприємцям та бізнесменам довелося змінити свою операційну модель діяльності на цифрову, а також вивчати можливості безконтактної взаємодії. Поширення набуває інженерія штучного інтелекту, що об'єднує різні техніки, технології та методології, створюючи універсальний проект. Таким чином, нині інновації відіграють важливу роль у розвитку більшості як українських, так і міжнародних компаній.

В умовах глобалізації та постійного загострення конкуренції основою конкурентоспроможності виступають інновації, які дозволяють підприємствам, що володіють інноваційними конкурентними перевагами, займати гідне місце серед конкурентів та партнерів. Отже, характерною особливістю останніх років є розвиток інноваційної діяльності у компаніях, сектору Research & Development (далі R&D). Розвиток інновацій неможливий без орієнтування на потенційного користувача, що відображається на безпосередньому процесі комерціалізації інноваційних продуктів.

Хоча цифровізація давно стала трендом, масовий перехід на ремоут-режим сильно прискорив її. Через наслідки пандемії, глобальному бізнесу доводиться прискорити план цифровізації щонайменше на п'ять років. За прогнозами Gartner в цьому році глобальні витрати на ІТ, пов'язані тільки з віддаленою роботою, складуть 332,9 мільярда доларів, що на 4,9 % більше, ніж в минулому. В цілому в ІТ-рішення компанії вкладуть близько 3,9 трільйона доларів, що на 6,2 % більше, ніж у 2020. Найбільше зростання прогнозують в сегменті розробки програмного забезпечення – інвестиції в нього на 8,8 % перевищать показники 2020 року. Попит на ІТ-послуги зараз рекордно високий і навіть перевищує пропозицію на ринку. Тільки за останній рік він збільшився на 11 % у всьому світі. Стрімке зростання попиту на ІТ-рішення посилює потребу у кваліфікованих ІТ-інженерах. Згідно з дослідженням Evans Data, у світі вже понад 24,5 мільйона ІТ-фахівців, що на

500 тисяч більше, ніж минулого року. Попри це, ІТ-галузь відчуває брак інженерних талантів. За даними консалтингової компанії Korn Ferry, до 2030 року дефіцит фахівців в ключових сферах у світі може досягти 85,2 мільйона, з яких більше ніж 4 мільйони – в ІТ-індустрії [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематикою розвитку інноваційної діяльності на національному та міжнародному рівнях приділялася увага вітчизняних та закордонних дослідників. Сучасні тенденції побудови дієвої моделі інноваційно-інвестиційних проектів викладено у дослідницьких працях вчених-економістів, зокрема відомих авторів таких як: А. Авдеєва, яка досліджувала особливості управління реалізацією інноваційних проектів [2], Л. Гончаренко, яка вивчала менеджмент інвестицій та інновацій [3], І. Нікітін – досліджувач поняття і видів продуктової інновації та методи оцінки ефективності їх впровадження на підприємстві [4], Е. Лобанов і О. Марков розглядали інноваційну діяльність компаній у сфері інформаційних технологій [5]. Так, основні принципи, на яких має ґрунтуватися інноваційний потенціал досліджували у дослідницьких університетах О. Жилінська, М. Ситницький та А. Вікулова [6]. Роль інновацій у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства вивчалася В. Антощенко-вою [7]. Питаннями взаємообумовленості інноваційного розвитку та конкурентоспроможності підприємства на макро- та мікрорівнях займалася Ю.Полякова [8]. Брич В. Я. та Снігур Х. А. вивчали особливості впровадження інноваційних технологій в епоху бурхливого розвитку НТП та визначали, що саме використання інновацій є запорукою розвитку підприємства в умовах сьогодення [9]. Грабовська І.В. досліджувала роль інновацій у забезпеченні конкурентоспроможності та сталого розвитку промислових підприємств та виявила прогалини у ефективності використання інновацій. Так, дослідницею було запропоновано комплекс рекомендацій щодо вдосконалення інноваційної діяльності суб'єктів господарювання, зокрема: впровадження інноваційної політики, в основі якої покладено орієнтація на інноваційні можливості розвитку підприємств; доцільність розвитку системи управління якістю у розрізі отримання сертифікації на вироблені товари і послуги на національному та міжнародному ринках; безперервне вдосконалення продукції національних виробників та розвиток рекламної

компанії підприємства [10]. Цюцюпа С.В. досліджував особливості впровадження інновацій для досягнення кращих результатів діяльності підприємства на основі вивчення моделей інноваційного розвитку підприємств (моделі державної підтримки, локального інноваційного середовища, внутрішньогалузеві кластери, розвиток міжгалузевих науково-технічних комплексів, світове співробітництво, змішана модель. Було визначено, що залучення інновацій у своїй діяльності дозволить підприємствам не тільки налагодити внутрішні процеси з виробництва товарів і послуг продукції за рахунок прогресивних технологій, а й сприятиме підвищенню рівня конкурентоспроможності та збереженні конкурентних переваг на перспективу [11]. Машталер О. В. проаналізував сучасний стан залучення інновацій та їх вплив на конкурентоспроможність вітчизняної економіки. В основу дослідження було покладено індикатори "Індексу глобальної конкурентоспроможності", тренди індексів, субіндексів та індикатори розвитку національної економіки. У результаті було відмічено недостатню інноваційну активність економічних суб'єктів, обмежений інноваційний потенціал, незадовільний стан впровадження ІТ, недостатній рівень витрат на НДДКР. Для підвищення рівня інноваційної конкурентоспроможної України автором було запропоновано: посилити вплив держави на зміну структури матеріального виробництва, підвищити рівень наукоємності виробництва, збільшити фінансування НДДКР, що дозволить виробляти конкурентоспроможний товар/послугу на національному та міжнародному ринках [12]. Сучасні науковці Д. Порумбо, Т. Камбуров, А. Рейд, П. Саймондс проводять дослідження щодо вивчення імплементації інноваційних ресурсів у бізнес-процеси підприємств, впровадженню ІТ-продуктів, онлайн-ресурсів тощо [13,14]. Незважаючи на значну кількість робіт, присвячених інноваціям як фактору підвищення конкурентоспроможності підприємства, поза увагою залишаються продуктови інновації, зокрема ІТ сектору, а також кадрова складова компанії.

Методологія дослідження. Теоретичною основою дослідження стали праці вітчизняних та іноземних вчених з питань інтеграції інноваційних продуктів у бізнес-

моделі. У роботі були використані загальнонаукові та спеціальні методи дослідження, а саме: абстрактно-логічний, методи індукції та дедукції, синтезу й аналізу, узагальнення для вивчення особливостей розвитку ринку споживчої електроніки в Україні, уточнення поняття "ІТ-інновація", формулювання отриманих висновків, порівняння для виявлення переваг застосування продукту, можливостей подальшого розвитку. В основі дослідження лежить метод експерименту, що зумовлює відтворення проекту на спеціалізованому ринку у контрольованих умовах. Для визначення особливостей, закономірностей і принципу застосування ІТ-інновацій в секторі продажів застосовувався конструктивно-логічний метод.

Мета статті полягає у дослідженні особливостей застосування ІТ-інновації як фактору підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Результати. Згідно із Законом України "Про інноваційну діяльність", інноваційна діяльність – це діяльність, що спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок, і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів і послуг. Результатом науково-дослідної і/або дослідно-конструкторської розробки, що відповідає вимогам до інноваційної діяльності є інноваційним продукт [15]. Так, інноваційні продукти є ключем до організаційного оновлення та успіху підприємства.

Інновації в галузі інформаційних технологій (ІТ) на підприємстві передбачають використання нових технологій для створення більш ефективної організації та покращення узгодженості між технологічними ініціативами та цілями бізнесу.

Впровадження інновацій – це діяльність підприємства, пов'язана з упровадженням як технологічно нових, так і значно технологічно удосконалених продуктів (продуктових інновацій) і процесів (процесних інновацій). Інновація вважається упровадженою, якщо вона (її результат) потрапила на ринок чи використовується у виробничому процесі [16].

Розглянемо детальніше тлумачення терміна "продуктова інновація" та його доцільне використання задля підвищення конкурентоспроможності компанії.

Таблиця 1. Визначення поняття "продуктова інновація"

Автор	Визначення
Т. Г. Дудар, В. В. Мельниченко	матеріалізований результат науково-технічної та інноваційної діяльності, що відкриває для споживача нові сфери задоволення потреб.
І. В. Нікітін	розробка та впровадження технологічно нових та технологічно вдосконалених продуктів
В. О. Козловський	інновації, що передбачають створення нових або вдосконалення продуктів, що випускаються, є типом інновацій найбільш поширеним і важливим для забезпечення конкурентоспроможності виробничого підприємства.

Джерело: складено на основі [17, 4, 18].

На нашу думку, продуктова інновація являє собою кінцевий етап розробки нових або удосконалених продуктів, які задовольнятимуть потреби користувачів.

Завершальною ланкою і результатом інноваційного процесу є створення конкурентоспроможного продукту. Проте конкурентоспроможність залежить від ступеня новизни ідеї, взятої за основу нового продукту чи технології. Якщо ідея принципово нова, то життя новинки буде тривалим. Вона швидко поширюється і приносить комерційну вигоду інноваторам і суспільству загалом [17]. Відтак, техніки та технології набирають обертів та все швидше стають невід'ємною часткою бізнесу, а цифровізація й автоматизація стали необхідністю. Із розвитком автоматизації в бізнесі у людей з'являється більше ре-

сурсів і свободи для вирішення складних стратегічних завдань, а також позбавляють працівників від рутинної роботи. Отже, драйвером сьогодення є технології, які змінюють реальність бізнесу і впливають на економіку на мікро-, мезо- та макрорівнях.

Тим часом науковці та компанії приділяють багато уваги дослідженням і розробці інноваційних наукових продуктів. На початок XXI ст. на частку наукоємного виробництва припадало 15,7 % промислового виробництва в Японії, 14,7 % – у США, 11,7 % – у Великобританії, 8,3 % – у Франції та Німеччині. Безумовним лідером за обсягом виробництва наукоємної продукції є США (32 % світового високотехнологічного виробництва). Розповсюдження нових технологій позначилось на стані не

тільки сфери виробництва, але й послуг у країні, частка яких у ВВП США збільшилась зі 49 % у 1959 р. до 64 % у 2001 р. [3]. За даними The World Bank, з 2000 по 2018 рік

Україна поступово зменшувала витрати на R&D сектор, як зображено на рис. 1.



Рис. 1. Витрати України на дослідження і розробки з 2000 по 2018 роки

Джерело: складено на основі [19].

На початку листопада 2021 року дослідницька компанія IDC (International Data Corporation) оприлюднила прогнози щодо розвитку світової ІТ-індустрії на 2022-й та наступні роки. За словами аналітиків, сучасний світ, безумовно, не став би таким, яким люди звикли його бачити, якби так швидко не розвивалися інформаційні технології. Очікується, що до 2022 року більше половини світової економіки ґрунтуватиметься на цифрових технологіях або відчуватиме їх вплив у тому чи іншому вигляді, оскільки більшість продуктів та послуг застосовуватимуть цифрову модель доставки або по-

требуватимуть додаткової цифровізації, щоб залишатися конкурентоспроможними. На думку дослідників, бізнесу необхідно приділяти першочергову увагу інвестиціям у цифрові інструменти для розширення фізичних активів. У результаті до 2024 року більше половини всіх інвестицій у ІТ-рішення будуть пов'язані з цифровою трансформацією [20].

Наразі найбільш розвиненими в ІТ-технологіях є Близький та Далекий Схід, проте Україна впевнено входить до середнього рівня зростання ІТ-інновацій (рис. 2).

IT Services Market – Growth Rate by Region (2021 – 2026)

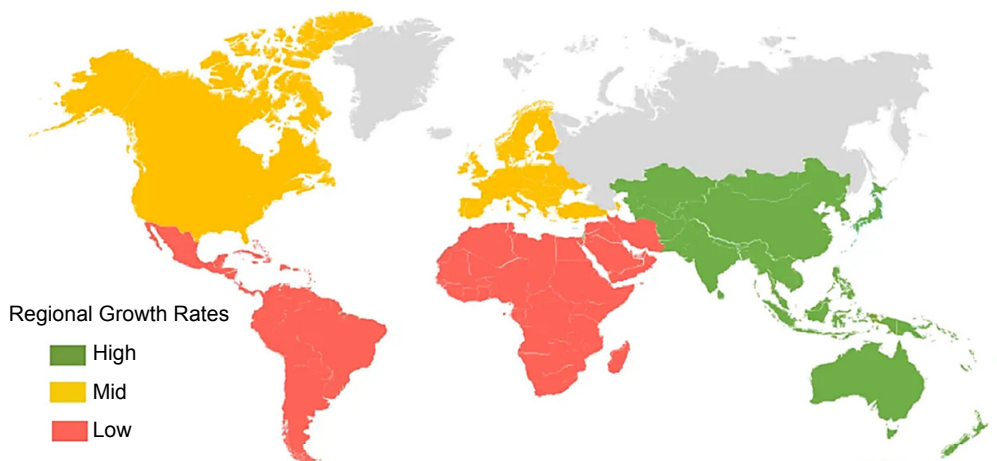


Рис. 2. Ріст ринку ІТ-продукції за регіонами світу (2021–2026 роки) [21]

Протягом останніх років відзначається посилення розвитку показників інноваційної діяльності в Україні. У Глобальному індексі інновацій (далі ГІІ) Україна посідає

найвищу позицію серед слаборозвинених країн – з 71-ї позиції у 2013 році вона піднялася на 49-ту позицію у 2021 році [22].

Таблиця 2. Рейтинг України (2019–2021 рр.)

	Місце за Глобальним індексом інновацій	Інноваційні вкладення	Результати введення інновацій
2021	49	76	37
2020	45	71	37
2019	47	82	36

Джерело: складено на основі [22].

Згідно ГІІ, за позицією Створення мобільних додатків (Mobile app creation/bn PPP\$ GDP) Україна займає 17 місце [22]. Інновації також є ключовим компонентом економічної конкурентоспроможності країни, який враховано у Глобальному індексі конкурентоспроможності

WEF (World Economic Forum) (GCI), який визначає позицію країни залежно від факторів інноваційного розвитку та розвиненості бізнес-середовища, базових вимог та факторів, які сприяють ефективності.

Таблиця 3. Позиції України за Глобальним індексом конкурентоспроможності (ГІК) 2021 року.

Україна та деякі сусідні країни		
Країна	Загальна позиція за показником ГІК	Позиція у ГІК за розвитком інновацій
Росія	38	49
Польща	39	59
Туреччина	53	69
Румунія	68	96
Україна	81	61

Джерело: складено на основі [23].

Щодо ІТ-інновацій, вони можуть мати різні форми. Наприклад, їх можна використовувати для перетворення бізнес-процесів на автоматизовані ІТ-функції, розробки додатків, які відкривають нові ринки, або впровадження допоміжних функцій, які допоможуть скоротити витрати на утримання персоналу тощо.

Багато компаній намагаються інституціалізувати процес інновацій, створюючи інноваційні команди з різних сегментів компанії. Інші фірми покладаються на окремих співробітників, щоб процвітати в середовищі, де заохочуються інновації.

У 2012 році компанія Philip Morris Ukraine замислилась про необхідність створення продукту, який допоможе оптимізувати співробітництво із роздрібними мережами шляхом віддаленої роботи. Впровадження інноваційних продуктів суттєво підвищують рівень конкурентоспроможності та статус компанії на ринку загалом. А розмови про те, що програма дистанційного співробітництва з роздрібними магазинами дасть можливість скоротити бюджети на польові сили у майбутньому, не залишили жодних сумнівів про невідкладну необхідність запуску тестового проекту. На момент запуску у світі не існувало аналогів чи подібних програм, з якими можна було б конкурувати, таким чином і почалися роздуми про створення нового унікального продукту.

Компанія Philip Morris Ukraine функціонує на українському ринку з 1994 року і є одним із підприємств-лідерів по залученню ІТ-інновацій. Підприємство є лідером вітчизняного тютюнового ринку та одним із найбільших платників податків у державний і місцеві бюджети. Компанія Philip Morris Ukraine співпрацює із магазинами споживчої електроніки, звідки приходить 70 % продажів. Саме для такого специфічного ринку ІТ-відділ Philip Morris Ukraine розробив онлайн-ресурс DTE (Digital Trade Engagement) [24], який є продуктовою інновацією та єдиним у своєму роді на ринку України. Цей застосунок дає змогу підвищувати кваліфікацію продавців завдяки освітнім модулям, розвивати їх уміння й навички, контролювати наявність пристроїв дистанційно, завдяки чому зменшити кількість фізичних візи-

тів у магазини польовими співробітниками компанії, відповідно, знизити витрати на утримання кадрів, забезпечення їх відрядженнями. За час використання ресурсу вдалося досягти певних результатів:

- зменшити кількість фізичних візитів польових співробітників компанії у 2 рази;
- отримати стабільний середній рейтинг виконання завдань 80 %;
- збільшити обсяг продажів у 1,6 разів;
- підвищити ефективність роботи компанії на 30 %.

Таким чином, впровадження проекту DTE якісно підвищує показники досягнення цілей фірмою та її конкурентоспроможність серед інших компаній як вітчизняних, так і міжнародних.

Навчальні продуктової інновації та програми зі швидким доступом із будь-якого електронного пристрою знаходять все більше поширення в сучасних умовах постійних змін, а особливо в епоху пандемії, оскільки зручно інтегруються в робочі процеси багатьох компаній та видів робіт, не займають фізичного простору та полегшують рутинну працю. Вміст та наповнення онлайн-ресурсу DTE було адаптовано під ринок споживчої електроніки. Адміністрування проекту та підтримання рейтингів виконання є важливим для подальшого його використання при співпраці компанії Філіп Морріс із підприємствами-партнерами. Розглянутий застосунок DTE працює за принципом гри:

виконане завдання = накопичені бали = покупки.

Доцільно застосований метод непрямої мотивації продавців, завдяки якому персонал із задоволенням витрачає на це час, а компанія розробник (Philip Morris Ukraine) отримує всю необхідну інформацію про продукцію дистанційно. Додаток був розроблений спеціально для використання третіми особами (партнерами компанії Philip Morris Ukraine) задля покращення знань, умінь та навичок персоналу, кінцевою метою чого було збільшення доходності підприємства та підвищення його конкурентоспроможності на ринку.

Застосунок DTE містить 2 типи завдань: освітні та бізнес. Середній рейтинг виконання завдань персона-

лом третіх сторін становить 60 % і 80 % відповідно. Термін виконання завдання складає близько 10-15 хвилин, що дає змогу приділяти цьому увагу під час робочого дня. За кожне завдання відведена певна кількість балів – від 5 до 20 гривень. Прийнято, що вміст навчальних матеріалів спрямований на покращення рівня знань продавців компаній-партнерів задля більш якісного консультування потенційних покупців, у той час, коли бізнес завдання допомагають співробітникам компанії Philip Morris Ukraine отримувати інформацію про проду-

кцію у дистанційному форматі, не витрачаючи час на фізичні польові візити, що економить витрати у 2 рази.

Для знаходження аналітичного рішення щодо успішності даного проекту був проведений пілотний запуск проекту, який стартував у квітні 2021 року з 20-го тижня. Виявлено, що після запуску та тесту почалось поступове збільшення продажів, починаючи з 24-го тижня 2021 року. На 47-й тиждень встановлено, що завдяки онлайн-ресурсу DTE відбулось збільшення продажів, відповідно й дохідності, в 1,6 разів, що представлено на рис. 3.

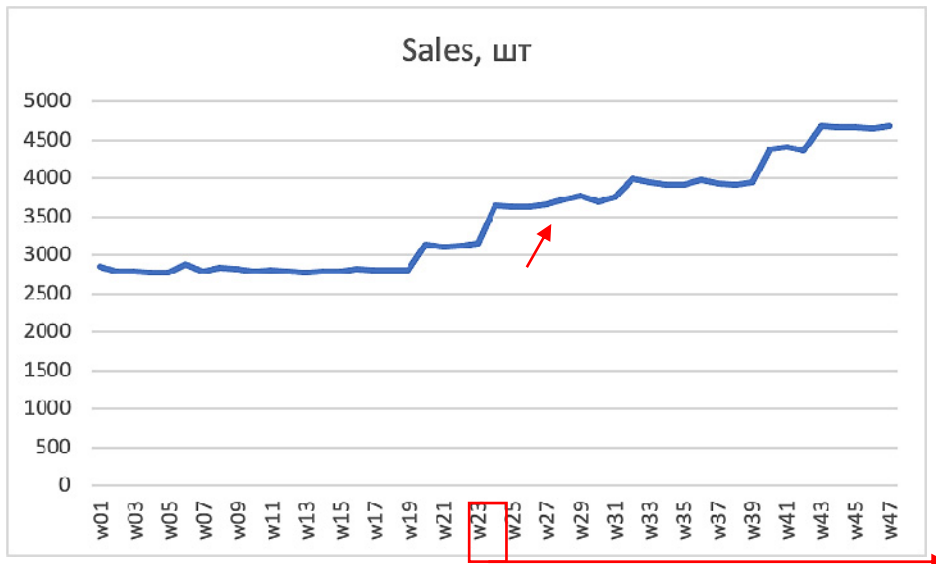


Рис. 3. Дані з продажів з 1-го тижня 2021 по 47-й тиждень

Джерело: складено за даними внутрішнього звіту з продажів [25].

У результаті здійснення розрахунків з'ясовано, що рентабельність розробки та впровадження застосунку DTE становила 0,2 % тільки у перший місяць роботи. Відзначимо, показник > 0, що означає доцільність використання застосунку.

Після впровадження проекту компанії доцільним є розрахувати показник рентабельність активів (ROA) за формулою

$$ROA = П / ЦА * 100 \%,$$

де: П – прибуток за період роботи; ЦА – середня ціна активів, які перебували на балансі у цей час.

Розглянемо період роботи за 1-й рік. Прибуток за період роботи становив 6 млн грн. Середня ціна активів, які перебували у роботі – 8 співробітників компанії із зарплатнею 35 000 грн/місяць та 2 ІТ-розробники у перші 3 місяці – 240 000 грн.

Відповідно, $ROA = 6\ 000\ 000\ \text{грн} / 3\ 600\ 000\ \text{грн} * 100\ \% = 1,7 > 0$ – активи використовуються активно, проект успішний.

Кожен рік проект росте у своїй ефективності, розширюється та надає білі переваги у використанні.

Постійне підвищення кваліфікації персоналу – запорука вдалого бізнес-процесу. У кожній компанії працівники є основним ресурсом, завдяки якому відбувається робота. У часи постійних змін та швидкого розвитку важливо залишатись "на хвилі" та постійно удосконалювати свої знання, вміння та професійні навички. На сьогоднішній день багато підприємств дають можливість співробітникам навчатись у робочий час, вико-

ристовуючи додаткові ресурси; влаштовують колаборації з компаніями, які забезпечать підґрунтя для якісного розвитку кадрів. Існує безліч інноваційних методів навчання персоналу, і дистанційне (віддалене) навчання за допомогою телекомунікаційних технологій – є одним із них. Наразі технології надають багато можливостей для індивідуального розвитку, виявлення прогалин та удосконалення професійних компетенцій.

Одним із способів заохочення до навчання є мотивація, вона існує пряма і непряма. Завдяки орієнтації на кінцевий результат – отримання нагороди матеріальної чи не матеріальної, у співробітників зростає бажання навчатись та виконувати цілі.

У застосунку DTE компанія Philip Morris Ukraine поєднала приємне з корисним – навчання із винагородою. Виконуючи освітні модулі онлайн, персонал компанії-співробітників покращує свої компетенції і удосконалює професійні навички, що дає змогу проводити консультації потенційним покупцям суттєво якісніше. За вдало пройдени модулі продавці отримують нагороду у вигляді балів, за які мають змогу придбати собі щось із онлайн-каталогу. Таким чином, непряма мотивація кадрів компанії-партнерів суттєво пришвидшує навчання персоналу та середній рейтинг виконання завдань, що дозволяє компанії Philip Morris Ukraine впевнено тримати конкурентоспроможну позицію серед конкурентів та партнерів.

Висновки та дискусія. Продуктові інновації в ІТ-галузі та онлайн-застосунки використовуються компаніями з метою спрощення функціоналу робіт співробітників, заощадження часу та підвищення конкуренто-

спроможності на ринку вже давно, особливо такому швидкому розвитку посприяла пандемія у 2019 році. Проведене дослідження на прикладі компанії Philip Morris Ukraine показало високу ефективність використання інформаційного онлайн-ресурсу, його вплив на збільшення дохідності підприємства і на підвищення конкурентоспроможності завдяки унікальності застосування. Непряма мотивація персоналу мала суттєвий відбиток на заохочення експертів з продажу до якісних та повноцінних консультацій, які в результаті конвертувались в успішну покупку товару. Таким чином, розкриваючи трансформацію онлайн-ресурсу в інноваційний IT-продукт, як результат можливості збільшення доходу підприємства, був узагальнений сучасний погляд на це питання зсередини та окреслене адміністрування цікавого IT-продукту у реальному житті в пілотному проекті. Практична цінність цієї роботи полягає у виявленні механізму, який сприяє покращенню можливостей персоналу компаній-партнерів забезпечувати якість обслуговування клієнтів у точках продажу та збільшенню обсягів збуту дистанційно.

Дискусійним залишається визначення оптимальної кількості освітніх модулів та їх періодичність, які сприятимуть найефективнішому розвитку та навчанню персоналу, а в результаті й збільшенню прибутковості підприємства. Ці фактори пов'язані із об'ємом навчального матеріалу, який існує та використовується в компанії, та можливість його адаптації під канал споживчої електроніки. Дане питання потребує додаткового спостереження й дослідження рейтингу виконання та впливу тих чи інших освітніх матеріалів на кількість здійснених продажів співробітниками компаній-партнерів.

Список використаних джерел

1. Яворський А. IT-галузь 2021: що відбувається в Україні та світі. 14.07.2021. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ua.interfax.com.ua/news/blog/755659.html> (дата звернення: 29.11.2021).
2. Авдеева И. А. Управление реализацией инновационных проектов. Журнал. Социально-экономические явления и процессы. 2012. С. 2.
3. Гончаренко Л.П. Менеджмент Инвестиций И Инноваций / Л.П. Гончаренко. М.: КНОРУС, 2013. С. 138-139.
4. Никитин И. В. Понятие, виды продуктовых инноваций и методы оценки эффективности их внедрения предприятиями. Журнал. Социально-экономические явления и процессы. 2011. С. 217.
5. Лобанов Е.В., Марков А.М. Инновационная деятельность компаний в сфере информационных технологий. Ползуновский Альманах №3, 2009 Том 2. С. 201-202.
6. Zhylynska O., Sitnicki M., Vikulova A. Systematic assessment of the innovative potential of a research university. Baltic Journal of Economic Studies. 2019. N 5 (2). P. 38-44. DOI: 10.30525/2256-0742/2019-5-2-38-44.
7. Антощенко В.В. Конкурентоспроможність як основа ефективної національної економіки. Вісник Харків. нац. техн. ун-ту сіл. госп-ва ім. П. Василенка. Харків : ХНТУСГ, 2019. Вип. 200: Екон. науки. С. 84-95.
8. Полякова Ю.В. Інноваційні засади підвищення конкурентоспроможності регіонів України в процесі євроінтеграції: дисертація д-ра екон. наук за спец. 08.00.05 "Розвиток продуктивних сил і регіональна

економіка" / ДУ "Інститут регіональних досліджень ім.М.І. Долишнього НАН України". Львів, 2019.

9. Брыч В. Я., Снігур Х. А. Роль інновацій у підвищенні конкурентоспроможності підприємства: гносеологічні позиції. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://econ.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/39/2018/03/Visnuk_12_R-2.pdf#page=16
10. Грабовська І. В. Роль інновацій в забезпеченні конкурентоспроможності та сталого розвитку промислових підприємств. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://elar.khnu.km.ua/jspui/bitstream/123456789/8139/1/1.pdf>. DOI: 10.31891/2307-5740-2019-272-4-1-12-17
11. Цюцюпа С. В. Вплив конкуренції на інноваційну діяльність підприємства. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://snku.krok.edu.ua/vcheni-zapiski-universitetu-krok/article/view/167/229>. DOI: 10.31732/2663-2209-2019-53-221-229.
12. Машталер О. В. Стан інновацій в Україні та їх вплив на позиції конкурентоспроможності в глобальній економіці. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.investplan.com.ua/pdf/24_2020/15.pdf. DOI: 10.32702/2306 6814.2020.24.96
13. Porumbou D. Product Innovation. What is it and how to do it right. June 16, 2021. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.viima.com/blog/product-innovation> (дата звернення: 23.11.2021).
14. Kamburow T., Reid A., Simmonds P. Evaluation of Innovation Activities Guidance on methods and practices. June 2012. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/evaluation/pdf/eval2007/innovation_activities/inno_activities_guidance_en.pdf (дата звернення: 23.11.2021).
15. Про інноваційну діяльність: Закон України № 40-IV від 04.07.2002 р. Дата оновлення: 05.12.2012. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text> (дата звернення: 22.11.2021).
16. Держстат України. 25.07.2019. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/ni/ind_nik/ind_u/ind_met.html (дата звернення: 03.12.2021).
17. Дудар Т. Г., Мельниченко В. В. Інноваційний менеджмент. Навч. посіб. Тернопіль. Економічна думка, 2008. 250 с.
18. Козловский В.А. Производственный менеджмент. Учебник. Издание 2-е. 2004. с. 67.
19. The World Bank. 2021. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://data.worldbank.org> (дата звернення 03.12.2021).
20. Tadviser. Тенденции мирового ИТ-рынка. 03.11.2021. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Тенденции_мирового_ИТ-рынка (дата звернення: 01.12.2021).
21. Mordo intelligence. It Services Market – Growth, Trends, Covid-19 Impact, And Forecasts (2021 – 2026). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/it-services-market> (дата звернення: 24.11.2021).
22. Global innovation index. 2021. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2021.pdf (дата звернення: 28.11.2021).
23. The World Economic Forum. 2021. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.weforum.org> (дата звернення: 30.12.2021).
24. DTE ресурс. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ru.pmiopen.com> (дата звернення: 20.11.2021).
25. Сайт компанії Philip Morris Ukraine. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.pmi.com/markets/ukraine/uk/about-us> (дата звернення: 25.11.2021).

Received: 08/12/2021
1st Revision: 15/12/2021
Accepted: 21/12/2021

Author's declaration on the sources of funding of research presented in the scientific article or of the preparation of the scientific article: budget of university's scientific project

О. Деркач, канд. экон. наук, доц.
Н. Цыганкова

Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, Киев, Украина

ПРОДУКТОВАЯ ИННОВАЦИЯ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье проанализированы подходы к определению понятия "продуктовая инновация" и представлено собственное толкование. Авторами определено, что продуктовая инновация представляет собой конечный этап разработки новых или усовершенствованных продуктов, удовлетворяющих потребности пользователей. Представлены особенности развития ИТ-сферы на национальном и зарубежном рынках. Продемонстрирована целесообразность применения продуктовой инновации в ИТ-сфере, что является фактором повышения конкурентоспособности предприятия. В частности, продуктовые инновации в ИТ-отрасле и онлайн-приложениях используются компаниями с целью упрощения функционала работ сотрудников, сбережения времени и повышения конкурентоспособности на рынке. Доказано, что раскрывая трансформацию онлайн-ресурса в инновационный ИТ-продукт, как результат возможности увеличения дохода предприятия, был выявлен механизм, способствующий улучшению возможностей персонала компаний-партнеров обеспечивать качество обслуживания клиентов в точках продаж и увеличению объемов сбыта дистанционно.

Ключевые слова: продуктовая инновация; ИТ-сектор; конкурентоспособность предприятия; обучение персонала; косвенная мотивация.

O. Derkach, PhD in Economics, Associate Professor
N. Tsygankova
Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

PRODUCT INNOVATION AS A FACTOR OF INCREASING THE COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE

The relevance of the article lies in the constant need to create innovative resources to increase the competitiveness of the enterprise. The article considers product innovation as an important element of the company's information technology development. The article analyzes the approaches to the definition of "product innovation" and presents its interpretation. The peculiarities of the development of the IT sphere in the national and foreign markets in recent years are studied, as well as forecast data on the growth of the IT products market in the world for the next 5 years. The role of product innovations in the IT-sphere as a factor in increasing the competitiveness of the enterprise is substantiated. An online resource has been identified as an innovative product for partnering with the consumer electronics market. The efficiency of the pilot project implementation was tested, the advantages of using innovative technologies to reduce costs, the profitability of a remote online resource were identified. Interim results of the project are provided, in particular, an online application from Philip Morris should help train the staff of partner companies and reduce the number of physical visits to point of sales. This project can be used to achieve goals in working with partner companies, as well as its positive impact on the company's leadership position in the market. The issue of indirect motivation as a way to encourage staff is considered. The transformation of an online resource into an innovative IT product that will allow the company to increase revenues has been identified. The modern view of the problem from the inside and the administration of an interesting real IT product in the pilot project are generalized. The practical value of this work is to identify a mechanism that improves the ability of staff of partner companies to provide quality customer service at points of sale and remotely increase sales.

Keywords: product innovation; IT sector; competitiveness of the enterprise; personnel training; indirect motivation.

References:

1. Yavorskiy A. (2021). "IT-galuz' 2021: shho vidbuvayet'sya v Ukraini ta sviti", Available at: <https://ua.interfax.com.ua/news/blog/755659.html> (accessed: 29.11.2021).
2. Avdeeva I. (2012). "Upravlenie realizaciej innovacionnyh proektov", Zhurnal. Social'no-ekonomicheskie yavleniya i processy., p. 2.
3. Goncharenko L. (2013). "Investment and Innovation Management" / L. Goncharenko. M.: KNORUS, pp. 138-139.
4. Nikitin I. (2011). "Ponyatie, vidy produktovyh innovacij i metody ocenki effektivnosti ih vnedreniya predpriyatijami", Zhurnal. Social'no-ekonomicheskie yavleniya i processy, p. 217.
5. Lobanov E., Markov A. (2009). "Innovacionnaya deyatel'nost' kompanij v sfere informacionnyh tekhnologij", Polzunovskiy Almanak №3, Tom 2, pp. 201-202.
6. Zhylinska O., Sitnicki M., Vikulova A. (2019). "Systematic assessment of the innovative potential of a research university", Baltic Journal of Economic Studies, N 5 (2), pp.38-44. DOI: 10.30525/2256-0742/2019-5-2-38-44.
7. Antoshchenkova V. (2019). "Konkurentospromozhnist' yak osnova efektyvnoyi nacional'noyi ekonomiky", Visnyk Xarkiv. nac. tehn. un-tu sil. gosp-va im. P. Vasylenka. Xarkiv. Vy'p. 200: Ekon. Nauky, p. 84-95.
8. Poliakova Y. (2019). "Innovacijni zasady' pidvyshhennya konkurentospromozhnosti regioniv Ukrainy v procesi yevrointegraciyi", dy'sertaciya d-ra ekon. nauk za specz. 08.00.05 "Rozvy'tok produktyvny'x sy'l i regional'na ekonomika" / DU "Instytut regional'ny'x doslidzhen' im. I. Dolishn'ogo NAN Ukrainy". L'viv.
9. Brych V., Snihur Ch. (2017). "Rol' innovacij u pidvyshhenni konkurentospromozhnosti pidpry'emstva: gnoseologichni pozy'ciyi", Available at: https://econ.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/39/2018/03/Visnuk_12_R-2.pdf#page=16.
10. Grabovska I. (2019). "Rol' innovacij v zabezpechnni konkurentospromozhnosti ta stalogo rozvy'tku promy'slovy'x pidpry'emstv", Available at: <http://elar.khnu.km.ua/jspui/bitstream/123456789/8139/1/1.pdf>. DOI: 10.31891 / 2307-5740-2019-272-4-1-12-17.
11. Tsiutsiupa S. (2019). "Vplyv konkurenciyi na innovacijnu diyal'nist' pidpry'emstva", Available at: <https://snku.krok.edu.ua/vcheni-zapiski-universitetu-krok/article/view/167/229>. DOI: 10.31732 / 2663-2209-2019-53-221-229.
12. Mashtaler O. (2020). "Stan innovacij v ukraini ta yix vplyv na pozy'ciyi konkurentospromozhnosti v global'nij ekonomici", Available at: http://www.investplan.com.ua/pdf/24_2020/15.pdf. DOI: 10.32702 / 2306 6814.2020.24.96.
13. Porumboiu D. (2021). "Product Innovation. What is it and how to do it right", Available at: <https://www.viima.com/blog/product-innovation> (accessed 23.11.2021).
14. Kamburow T., Reid A., Simmonds P. (2012), "Evaluation of Innovation Activities Guidance on methods and practices", Available at: https://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/evaluation/pdf/eval2007/innovation_activities/inno_activities_guidance_en.pdf (accessed: 23.11.2021).
15. Pro innovacijnu diyal'nist': Zakon Ukrainy' № 40-IV vid 04.07.2002 r. Data onovlennya: 05.12.2012, Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text> (accessed: 22.11.2021).
16. Derzhstat Ukrainy'. (2019), Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/ni/ind_rik/ind_u/ind_met.html (accessed: 03.12.2021).
17. Dudar T., Melnichenko V. (2008), "Innovacijnyj menedzhment". Navch. posib. Ternopil'. Ekonomichna dumka, Textbook. Ternopil, Economic Thought, p. 250.
18. Kozlovsky V. (2004), "Proizvodstvennyj menedzhment". Uchebnik. Izdanie 2-e., p. 67.
19. The World Bank. (2021), Available at: <https://data.worldbank.org> (accessed: 03.12.2021).
20. Tadviser. (2021), "Tendencii mirovogo IT-rynka", Available at: https://www.tadviser.ru/index.php/Article: Tendenciy_of_the_World_IT-Market (accessed: 01.12.2021).
21. Mordo intelligence. (2021), "It Services Market – Growth, Trends, Covid-19 Impact, And Forecasts (2021–2026)", Available at: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/it-services-market> (accessed: 24.11.2021).
22. Global innovation index. (2021), Availbale at: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2021.pdf (accessed: 28.11.2021).
23. The World Economic Forum. (2021), Available at: <https://www.weforum.org> (accessed: 30.12.2021).
24. DTE resource, Available at: <https://ru.pmiopen.com> (accessed: 20.11.2021).
25. Sajt kompaniyi Philip Morris Ukraine. Available at: <https://www.pmi.com/markets/ukraine/uk/about-us> (accessed: 25.11.2021).