

«Аналіз поточного стану інноваційної спроможності суб'єктів вітчизняного бізнесу, державних та комунальних підприємств (на основі результатів опитування)»

ЗМІСТ

Методологія дослідження	1
Загальна інформація про компанію	2
Місце R&D та інновацій в компанії	4
Співпраця з НУ та ЗВО.....	14
Складнощі при впровадженні інновацій.....	16
ВИСНОВКИ.....	25

Опитування проводилось на базі таких основних блоків:

- 1) загальна інформація про компанію;
- 2) місце R&D та інновацій в компанії;
- 3) співпраця з НУ та ЗВО;
- 4) складнощі при впровадженні інновацій.

Методологія дослідження

Дослідження проводилось на основі розробленого *опитувальника щодо аналізу поточного стану інноваційної спроможності суб'єктів вітчизняного бізнесу, державних та комунальних підприємств* (загальна характеристика компанії, сфера діяльності, рівень інноваційності продукції/послуг, пріоритетні напрями розвитку інновацій, шляхи отримання технологій, рівень TRL для технологій, в які готові вкладати кошти, бар'єри розвитку інноваційної діяльності, наявний досвід співпраці з українськими закладами вищої освіти (далі – ЗВО) та науковими установами (далі – НУ) тощо) на основі електронної розсилки Google-форми.

Метою опитування є аналіз поточного стану інноваційної спроможності суб'єктів вітчизняного бізнесу, державних та комунальних підприємств, а також ідентифікація наявних проблем та бар'єрів при впровадженні інноваційної діяльності.

Опитування проводилось у квітні-травні 2024 року. Загальна кількість учасників опитування 75, серед них переважно великі державні підприємства, зокрема АТ «Укрпошта», Державна служба України з питань безпеки на транспорті, Державне агентство відновлення та розвитку інфраструктури України, ДП «Адміністрація річкових портів», ДП водних шляхів «Укрводшлях», ДП МОУ «Львівський завод збірних конструкцій», ДП МОУ «Західвійськбуд» та інші.

Загальна інформація про компанію

Основною *формою власності* опитаних підприємств-учасників опитування є державна, до неї відноситься 92 % опитаних суб'єктів господарювання (69 од.). Приватна форма власності становить 8 % серед опитаних респондентів і переважно представлена такою організаційно-правовою формою як Товариство з обмеженою відповідальністю.



Рис. 1. Розподіл респондентів відповідно до розміру суб'єктів господарювання (N=75)

Відповідно до результатів опитування, за *розміром суб'єктів господарювання* респонденти розподілилися таким чином (рис. 1):

- більшість (більше 50 %) є організаціями та установами великого підприємництва, тобто мають більше 250 працівників;
- 21 % респондентів є суб'єктами господарювання середнього підприємництва (від 50 до 250 працівників);
- 18 % опитаних суб'єктів господарювання є представниками малого підприємництва (від 10 до 50 працівників);
- близько 9 % респондентів є суб'єктами господарювання мікро підприємництва (до 10 працівників).

IP OFFICE | АНАЛІТИЧНО-ІНФОРМАЦІЙНО ДОВІДКА

Щодо **сфери діяльності**, то серед респондентів найпоширенішою сферою діяльності є (див. рис. 2):

- транспорт – 27 відповідей (36%);
- охорона природи – 7 суб'єктів господарювання (9 %);
- лісове господарство – 4 суб'єкти господарювання (5 %);
- будівництво – 3 суб'єкти господарювання (4 %).

Щодо **ринку, на якому провадять діяльність респонденти**, то основним ринком є національний рівень, тобто Україна (54 респонденти або 72%), крім того 11 респондентів або 14,5 % відмітили, що їх основним ринком є регіональний рівень (область, район). Лише 10 респондентів зазначили, що їх ринки знаходяться поза межами України (Європа – 8% та інші країни – 5,5 %).

Регіональний рівень
(область, район)

Національний рівень
(Україна)

Країни ЄС

Світовий ринок

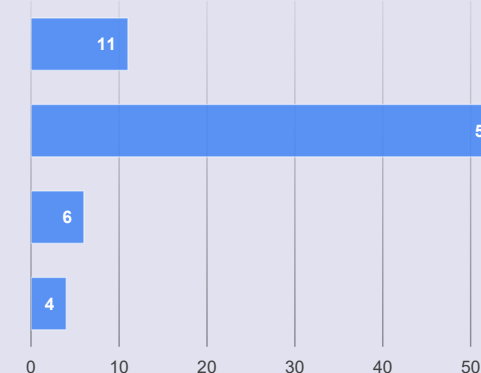


Рис. 3. Рівень ринку, на якому провадиться діяльність респондентами (N=75)



Рис. 2. Сфера діяльності, до якої належать респонденти (N=75)

Місце R&D та інновацій в компанії

Щодо **рівня інноваційності продукції/послуг** суб'єктів господарювання, то 33 респонденти (44%) зазначили, що користуються вже доступними на локальному ринку інноваційними рішеннями, а 29 респондентів (39%) адаптують доступні на ринку інновації під свої потреби. При цьому 8 учасників опитування (9%) відмітили, що інновації не є пріоритетом компанії і лише 5 респондентів (6%) інвестує у R&D і є генератором інновацій для всього ринку.

Щодо **співвідношення розміру підприємства до типу інноваційності продукції/послуг**, то переважно великі підприємства, зокрема 20 суб'єктів великого підприємництва, що становить 26,6 % від усіх респондентів користуються вже доступними на локальному ринку інноваційними рішеннями та 15 суб'єктів великого підприємництва (20 % від усіх респондентів) адаптують доступні на ринку інновації під свої потреби, детальніше на **рис. 4-5**.

Для середніх та малих підприємств характерна схожа тенденція щодо рівня інноваційності продукції/послуг, зокрема вже доступні на ринку інноваційні рішення та адаптують на ринку доступні на ринку інновації під свої потреби.



Рис. 4. Розподіл відповідей респондентів в залежності від рівня інноваційності продукції/послуг та розміру суб'єкта господарювання (N=75)



Рис. 5. Розподіл респондентів за типом продукції/послуг (N=75)

IP OFFICE | АНАЛІТИЧНО-ІНФОРМАЦІЙНО ДОВІДКА

Щодо **типу продукції/послуг**, то лише 2 респонденти (менше 3%) зазначили, що їх продукція/послуга є унікальною та не має аналогів на світовому ринку. У той час як 34 респонденти (більше 50%) зазначили, що їх продукція/послуга користується попитом, але не є інноваційною, а 31 респондент (41% респондент) вказав, що їх продукція/послуга є унікальною для України, але не має аналогів на світовому ринку, детальніше на **рис. 5**.

Якщо говорити про розподіл суб'єктів господарювання в залежності від рівня інноваційності продукції/послуг з поділом за розміром (**див. рис. 6**), то можна відзначити, що більшість респондентів (на рівні 50%) з числа великого та середнього підприємництва користуються вже доступними на локальному ринку інноваційними рішеннями, при цьому варто зауважити, представники малого підприємництва (50%) та мікропідприємництва (57%) з числа респондентів переважно адаптують доступні на ринку інновації під свої потреби.

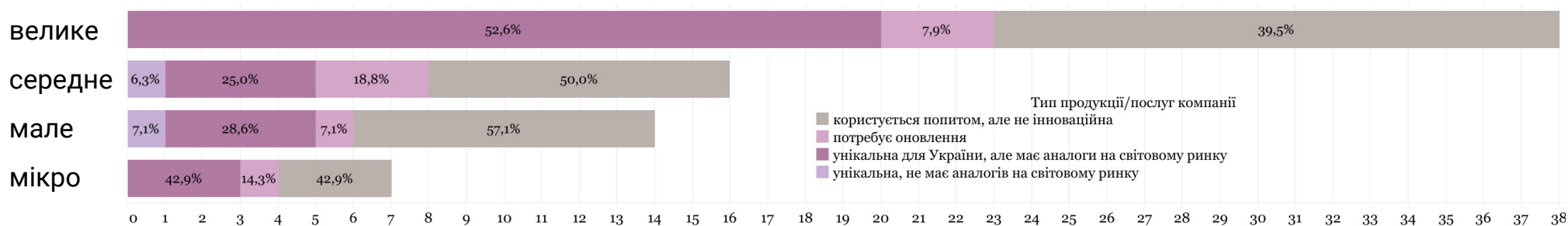


Рис. 7. Питома вага суб'єктів господарювання серед респондентів в залежності від рівня продукції/послуг з поділом за розміром, % (N=75)

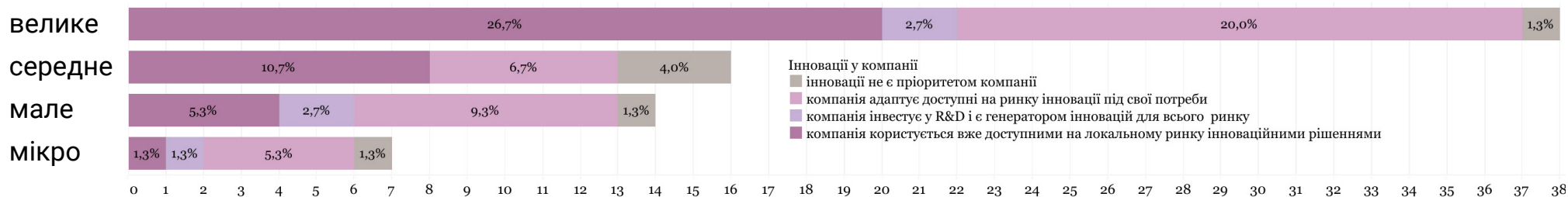


Рис. 6. Питома вага суб'єктів господарювання серед респондентів в залежності від рівня інноваційності продукції/послуг з поділом за розміром, % (N=75)

Тобто можна зробити висновок, що не зважаючи на обмеженість ресурсів, яка притаманна малому та мікро бізнесу, вони адаптують існуючі інновації під свої потреби.

Щодо розподілу суб'єктів господарювання в залежності від типу продукції/послуг з поділом за розміром, то більшість респондентів (майже 53 %) з числа великого підприємства мають унікальну для України продукцію/послуги, але має аналоги на світовому ринку (див. рис. 7).

Разом з тим слід зазначити, що найбільш вживаним типом продукції серед респондентів незалежно від розміру підприємства є тип продукції/послуг, який користується попитом, але при цьому не є інноваційним, що є характерним для 40-57 % респондентів у кожній групі підприємств в залежності від розміру, детальніше на рис. 7.

Співвідношення ринку, на якому працює компанія, та типу продукції/послуг представлено на рис. 8. Зокрема, можна зауважити, що більшість респондентів працюють на ринку України та їх тип продукції/послуг переважно є унікальним для України, але має аналоги на світовому ринку (34,6 % опитаних респондентів) або не є інноваційним, але тим, що користується попитом (близько 31 % опитаних респондентів).

Ті підприємства з числа респондентів, які працюють на світовому ринку та ринку країн ЄС, мають незначну питому вагу – на рівні 13 % від усіх респондентів та переважно пропонують неінноваційну продукцію, але яка користується попитом, або ту, яка є унікальною для України, але має аналоги на світовому ринку.

Форма власності	Інвестиції в інновації	Розмір підприємства			
		велике	середнє	мале	мікро
державна	так	18	2		1
	ні	20	13	13	2
приватна	так			1	1
	ні		1		3

Рис. 8. Тип продукції/послуг в залежності від ринку, на якому працює суб'єкт господарювання (N=75)

Ринок, на якому працює компанія	Тип продукції/послуг компанії			
	користується попитом, але не інноваційна	потребує оновлення	унікальна для України, але має аналоги на світовому ринку	унікальна, не має аналогів на світовому ринку
Світовий ринок	1	1	2	
Країни ЄС	2	1	2	1
Національний рівень (Україна)	23	4	26	1
Регіональний рівень (область, район)	8	2	1	

Рис. 9. Інвестування в інновації в залежності від форми власності та розміру підприємства (N=75)

IP OFFICE | АНАЛІТИЧНО-ІНФОРМАЦІЙНО ДОВІДКА

Менш ніж кожен третій респондент (30 %) вказав, що їх організація *інвестувала у інновації* у 2023 році. Переважно в інновації інвестували саме великі підприємства державної форми власності, які становлять 24 % від усіх респондентів (див. рис. 9).

Більше половини респондентів (51%) вказали, що не володіють інформацією щодо того, чи їх організація здійснювала за останні три роки *придбання ліцензій на використання об'єктів права інтелектуальної власності* (далі – ОПІВ). 27 респондентів (36 % або більш ніж кожен третій) зазначили, що їх організація за останні три роки здійснила придбання ліцензій на використання ОПІВ. Більшість респондентів, які здійснювали придбання ліцензій на використання ОПІВ за останні 3 роки, є великими підприємствами, що становить 20 % від усіх респондентів (див. рис. 10).

Якщо взяти 27 суб'єктів господарювання з числа респондентів, які здійснювали придбання ліцензій на використання ОПІВ за останні 3 роки, за 100 %, то питома вага підприємств серед числа респондентів, які здійснювали придбання ліцензій на використання ОПІВ за останні 3 роки становить:

- 37 % від приватних підприємств;
- 22 % від державних підприємств;
- по 11 % від наукових установ та від іноземних партнерів на кожен тип придбання;
- 8 % від приватних підприємств та іноземних партнерів;
- по майже 4% від НУ та ЗВО; від приватних та державних підприємств; від приватних підприємств та НУ на кожен тип придбання.

Розмір підприємства	Придбання ліцензії на використання ОПІВ за останні 3 роки									
	так, від державних підприємств	так, від іноземних партнерів	так, від НУ	так, від НУ та ЗВО	так, від приватних підприємств	так, від державних підприємств	так, від приватних та іноземних підприємств	так, від приватних підприємств та іноземних партнерів	так, від приватних підприємств та НУ	невідомо
велике	6	1	1	-	3	1	1	1	1	23
середнє	-	1	1	1	1					12
мале					4					10
мікро	-	1	1	-	2					3

Рис. 10. Придбання ліцензій на використання ОПІВ за останні 3 роки в залежності від розміру суб'єкта господарювання (N=75)

Тільки 28 % (21 з опитаних респондентів) зазначили, що їх організація у 2023 році *інвестувала кошти на власні науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи (R&D) або підтримку зовнішніх R&D*. Співвідношення розміру підприємства до наявності інвестицій у R&D проекти представлено на рис. 11.

Щодо **пріоритетних напрямів інновацій в межах ранжування балів від 1 до 7**, де 7 - найвищий пріоритет, а 1 - не є пріоритетом, то розподіл респондентів за пріоритетністю типу інновацій наведено на рис. 12.

Щодо **пріоритетності типу інновацій, то найбільш пріоритетними, які отримали оцінку від 5 до 7**, для респондентів є виробничо-технологічні, інформаційні, організаційні та соціальні інновації. При цьому найменш пріоритетними, які отримали найбільше оцінок «1» та «2», є продуктові інновації, також суттєво не у пріоритеті серед респондентів з оцінками від 1 до 3 балів є маркетингові та процесні інновації.

Респонденти могли обрати одразу кілька варіантів відповідей щодо **шляхів отримання необхідної для компанії технології**, з аналізу яких можна сказати, що придбання технології/отримання ліцензій в Україні є найпоширенішим варіантом відповіді (більше половини респондентів – 56%); відкриті інновації (співпраця з різними зовнішніми учасниками для спільного створення нових ідей, продуктів або по-

Розмір підприємства	Витрати на R&D	Тип продукції/послуг компанії							
		користується попитом, але не інноваційна		потребує оновлення		унікальна для України, але має аналоги на світовому ринку		унікальна, не має аналогів на світовому ринку	
велике	так	3	■			6	■		
	ні	12	■	3	■	14	■		
середнє	так	4	■	1	■	2	■	1	■
	ні	4	■	2	■	2	■		
мале	так	1	■			1	■	1	■
	ні	7	■	1	■	3	■		
мікро	так					1	■		
	ні	3	■	1	■	2	■		

Рис. 11. Інвестування у R&D проекти у 2023 році в залежності від розміру суб'єкта господарювання (N=75)

слуг) є найімовірнішим шляхом отримання необхідної для компанії технології для кожного третього респонденту (33%); майже кожен третій респондент (31%) замовляє технології в українських НУ/ЗВО і 29% респондентів виокремили власну розробку як шлях отримання необхідної технології; кожен п'ятий респондент (20%) визначив придбання технології/отримання ліцензій за межами України; 18% респондентів зазначили консалтинг, інжиніринг; 9% зазначили оренду або лізинг технологій і 6% - запуск власних акселераційних програм (детальніше див. рис. 13).

IP OFFICE | АНАЛІТИЧНО-ІНФОРМАЦІЙНО ДОВІДКА

Щодо етапів, на яких респонденти **готові вкладати кошти в українські дослідження та розробки**, то 18 % та 16 % респондентів зазначили **рівень готовності технології** TRL 9 (виробництво повністю запусcene і продукт конкурентоспроможний) та TRL 8 (виробництво повністю перевірено і готове до

запуску) відповідно. 17 респондентів (22, 6 %) вказали TRL 1 (отримання базових принципів з фундаментальних наук для подальшого застосування), а 13,3 % респондентів визначили TRL 2 (формулювання технологічних рішень та визначення потенційного застосування).

Найменш привабливим рівнем готовності технології для вкладання коштів було визначено TRL 4 (підтвердження працездатності прототипу) та TRL 7 (демонстрація пілотного виробництва на низькому рівні), для яких характерна 1 та 2 відповіді респондентів відповідно. Установи-респонденти готові інвестувати кошти в дослідження та розробки на рівні TRL 3 (перша оцінка ефективності ідеї та технології); TRL 5 (перевірка прототипу в робочому середовищі користувача) та TRL 6 (випуск дослідного зразка продукту і тестування в робочому середовищі) у кількості 8 од. (10,6 %); 6 од. (8 %) та 5 од. (6,6 %) з числа опитаних підприємств.

Співвідношення типу продукції/послуг компанії до рівня готовності технології, на якому учасники опитування готові вкладати кошти в українські дослідження та розробки, представлено на рис. 14.

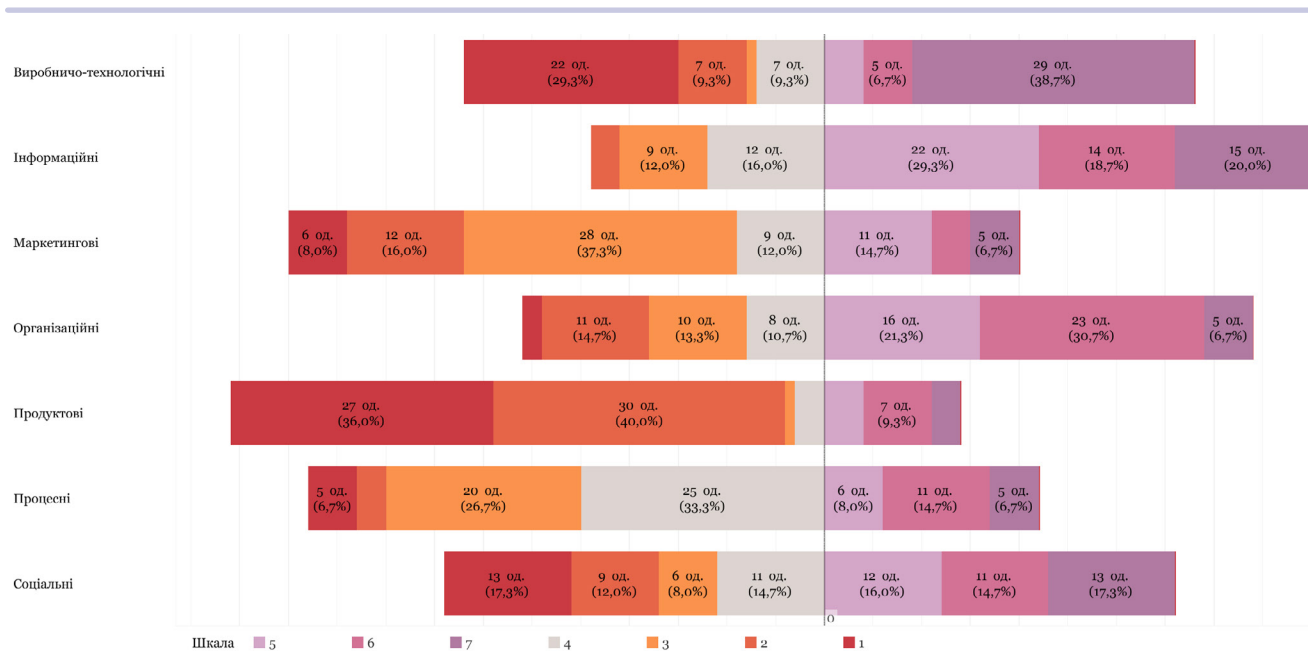


Рис. 12. Розподіл респондентів за типом інновацій в залежності від ранжування балів (від 1 до 7 балів) (N=75)

IP OFFICE | АНАЛІТИЧНО-ІНФОРМАЦІЙНО ДОВІДКА

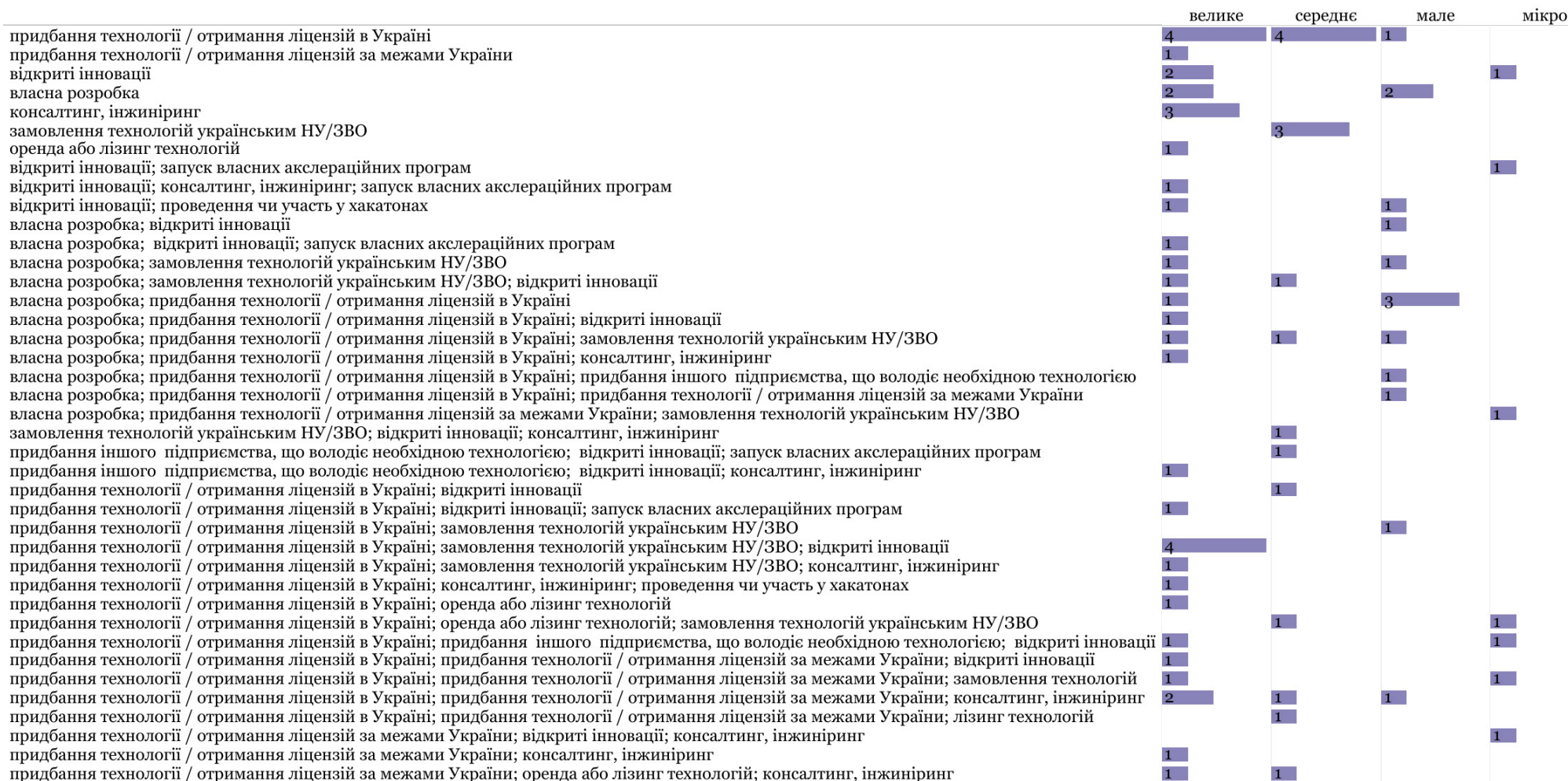


Рис. 13. Шляхи отримання необхідної для компанії технології (N=75)

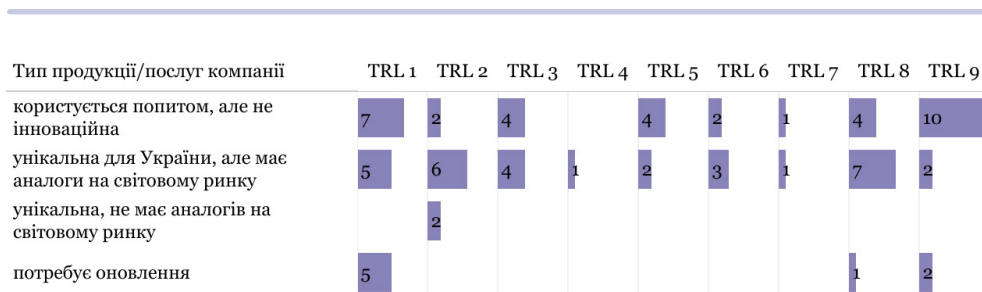


Рис. 14. Розподіл відповідей респондентів за типом продукції/послуг та рівнем готовності технології, в який готові інвестувати (N=75)

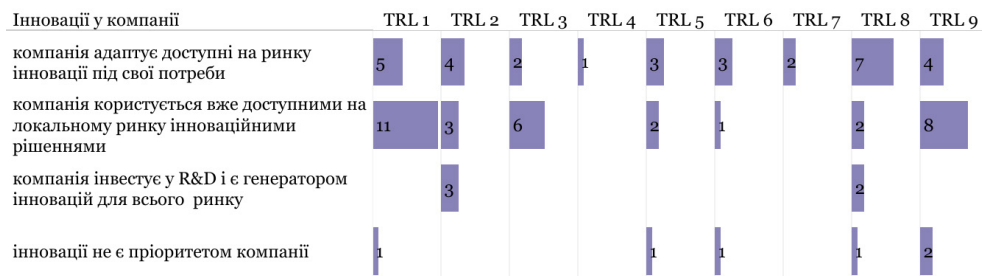


Рис. 15. Розподіл відповідей респондентів за рівнем інноваційності продукції/послуг та рівнем готовності технології, в який готові інвестувати респонденти (N=75)

Варто зазначити, що більшість підприємств (майже 50 % опитаних), які готові вкладати кошти в українські дослідження та розробки, мають продукцію/послуги, які користуються попитом, але не інноваційні, при чому 20 % цих підприємств (ті, що готові вкладати кошти в українські дослідження та розробки мають продукцію/послуги) готові вкладати кошти на найнижчому рівні готовності TRL 1, а 29 % - на найвищому, TRL 9.

Також 38 % опитаних респондентів, які готові інвестувати кошти у вітчизняні розробки, мають продукцію/послуги, які є унікальними для України, але мають аналоги на світовому ринку, при цьому 37 % готові до інвестування на найнижчих рівнях готовності – TRL 1 та TRL 2, що становить 17 % та 20 % з числа даних респондентів, а 24 % даних підприємств готові до вкладання коштів на рівні TRL 8.

Співвідношення рівня інноваційності компанії до TRL, на якому учасники опитування готові вкладати кошти, представлено на рис. 15.

Основна більшість респондентів, які готові інвестувати кошти в українські дослідження та розробки, або адаптують вже існуючі на ринку інновації під свої потреби (41 % опитаних), або користуються вже доступними на локальному рівні інноваційними рішеннями (44 % опитаних).

IP OFFICE | АНАЛІТИЧНО-ІНФОРМАЦІЙНО ДОВІДКА

Розподіл підприємств-респондентів в залежності від типу продукції/послуг та їх готовності вкладатись в розробки в залежності від рівня TRL (див. рис. 16).

Крім того, варто зазначити, що 33 % з опитаних підприємств, які користуються вже доступними на локальному рівні інноваційними рішеннями, готові вкладатись в розробки на рівні TRL 1, але при цьому 24 % тільки на рівні TRL 9 (див. рис. 16). Разом з тим підприємства з числа респондентів, які адаптують доступні на ринку інновації під свої потреби, переважно готові інвестувати кошти у дослідження від рівня готовності TRL 8 (35 % опитаних даного типу підприємств).

Також 16 % та 13 % компаній (у сумі майже 30 %), що адаптують доступні на ринку інновації під свої потреби, готові вкладатись в розробки на рівні TRL 1 та TRL 2 відповідно, але при цьому майже 23 % та 13 % представників даної групи лише на рівні TRL 8 та TRL 9.

Співвідношення розміру підприємства та ринку, на якому воно працює, з рівнем TRL розробки, на якому підприємство готово інвестувати кошти, представлено на рис. 17.

Більшість підприємств з числа респондентів готові до вкладення коштів в українські дослідження та розробки,

є великими підприємствами, при чому більшість з них працює на національному ринку України.

Щодо джерел отримання інформації про нові технології та розробки (див. рис. 18), то найпопулярнішими джерелами респонденти вказали: ЗМІ (66%) та інтернет (56%).

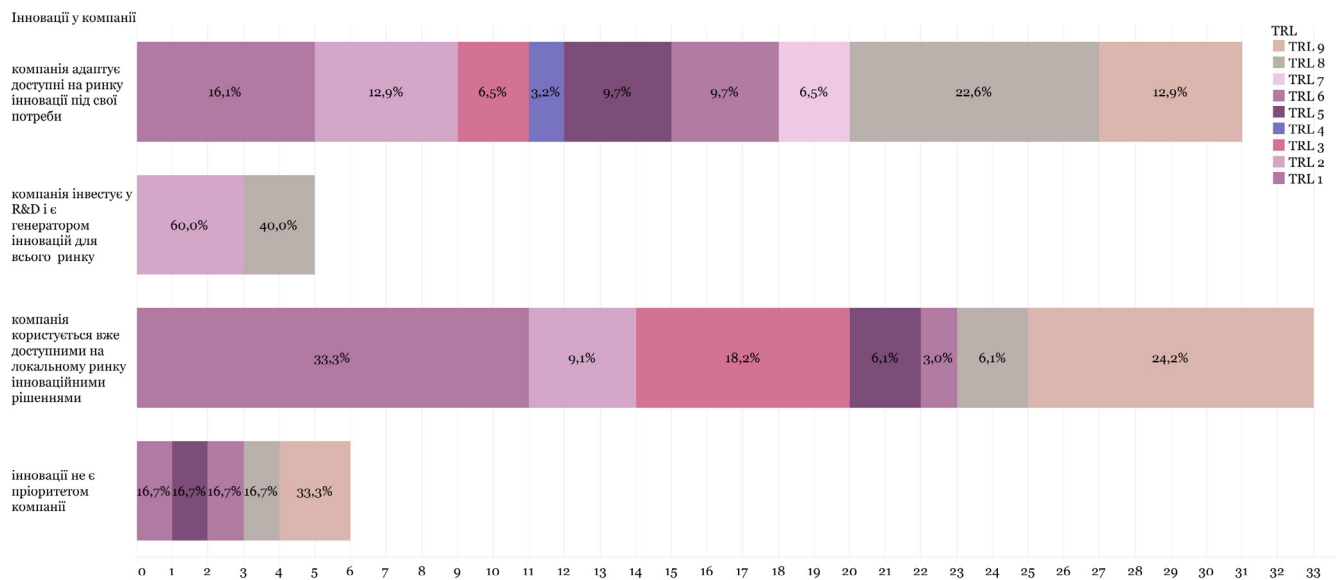


Рис. 16. Питова вага респондентів за їх готовністю вкладатись у розробки в залежності від рівня TRL з поділом за типом продукції/послуг (N=75)

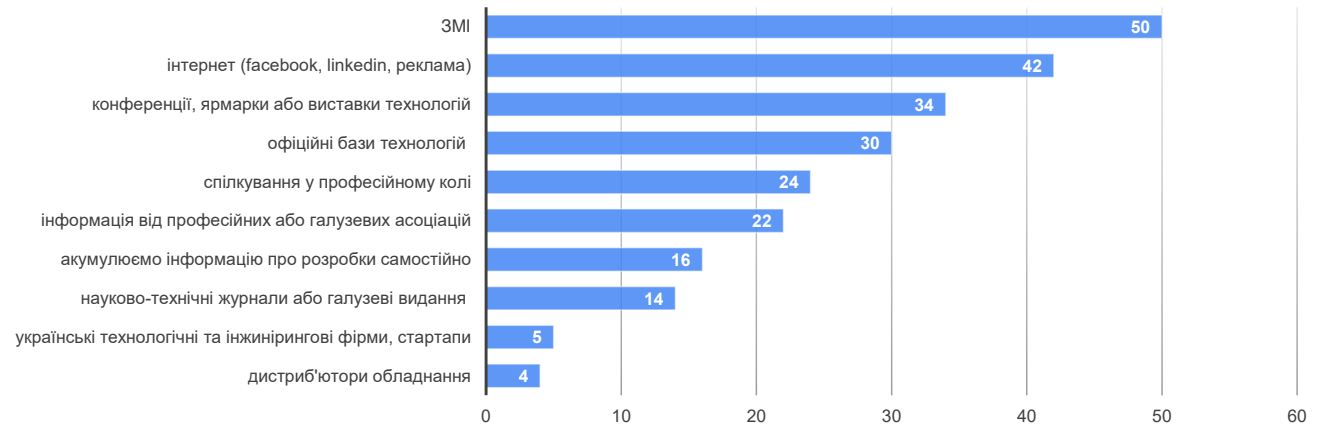
IP OFFICE | АНАЛІТИЧНО-ІНФОРМАЦІЙНО ДОВІДКА

Близько половини опитуваних організацій використовують конференції, ярмарки або виставки технологій, а також офіційні бази даних технологій. Найменш популярними шляхами отримання інформації про нові технології визначено українські технологічні та інжинірингові фірми, стартапи (7%) та дистриб'юторів обладнання (5%).

Розмір підприємства	Ринок, на якому працює компанія	TRL 1	TRL 2	TRL 3	TRL 4	TRL 5	TRL 6	TRL 7	TRL 8	TRL 9
велике	Світовий ринок			1					1	1
	Країни ЄС	1				1				1
	Національний рівень (Україна)	5	5	4	1	3	2		8	3
	Регіональний рівень (область, район)			1						
середнє	Країни ЄС		1							
	Національний рівень (Україна)	6	1	1			1			3
	Регіональний рівень (область, район)	1								2
мале	Національний рівень (Україна)	3	1	1			1			3
	Регіональний рівень (область, район)		2			1			1	1
мікро	Світовий ринок								1	
	Країни ЄС						1	1		
	Національний рівень (Україна)	1				1				
	Регіональний рівень (область, район)							1	1	

Рис. 17. Співвідношення розміру підприємства та ринку до рівня готовності розробки щодо можливості вкладення коштів (N=75)

Рис. 18. Джерела отримання інформації про нові технології та розробки¹ (N=75)



¹ Загальна кількість відповідей респондентів на рис. 13 більше ніж число опитаних, оскільки можливо було обрати кілька варіантів відповідей

Співпраця з НУ та ЗВО

Кожен третій респондент зазначив, що їх організація **НЕ мала досвіду співпраці з вітчизняними ЗВО та/або НУ**. Лише один респондент (2% від загальної кількості тих підприємств, які мали досвід) зазначив, що мав негативний досвід співпраці (детальніше на рис. 19).

Згідно з отриманими даними, більшість підприємств (44%) з числа респондентів, які співпрацюють з вітчизняними ЗВО та/або НУ, є великими підприємствами, які переважно пра-

цюють на ринку України (32%), також серед середніх підприємств наявна схожа тенденція, що становить 26% та 18% відповідно.

Позитивною рисою можна відмітити те, що більшість підприємств, які мали досвід співпраці з ЗВО та/або НУ України, зазначили, що регулярність цієї співпраці є постійною (74% з числа респондентів, які співпрацювали з ЗВО та/або НУ в Україні).

Розмір підприємства	Ринок, на якому працює компанія	Досвід з НУ та ЗВО / Регульованість співпраці			
		так, позитивний постійна	так, позитивний разова	так, негативний разова	ні відсутня така співпраця
велике	Світовий ринок	2	1	-	-
	Країни ЄС	2	-	-	1
	Національний рівень (Україна)	11	5	-	15
	Регіональний рівень (область, район)	1	-	-	-
середнє	Країни ЄС	1	-	-	-
	Національний рівень (Україна)	7	2	-	3
	Національний рівень (область, район)	2	1	-	-
мале	Національний рівень (Україна)	6	2	-	1
	Регіональний рівень (область, район)	2	1	-	2
мікро	Світовий ринок	1	-	-	-
	Країни ЄС	1	-	1	-
	Національний рівень (Україна)	-	-	-	2
	Регіональний рівень (область, район)	1	-	-	1

Рис. 19. Досвід співпраці з вітчизняними ЗВО та/або НУ в залежності від розміру підприємства та ринку, на якому воно працює (N=75)

IP OFFICE | АНАЛІТИЧНО-ІНФОРМАЦІЙНО ДОВІДКА

Серед тих підприємств, які мали досвід, **сильними сторонами співпраці з ЗВО та/або НУ в Україні відмічають²**:

- можливість підвищення кваліфікації (50%);
- можливість отримати експертну та технологічну допомогу (46%);
- високий рівень наукового потенціалу (30%);
- можливість отримання нових знань (30%);
- можливість отримати активних молодих спеціалістів для роботи в компанії (26%);
- високий рівень професіоналізму (22%);
- якісний інтелектуальний та технологічний продукт (16%);
- високий рівень науковців у основній та суміжних сферах (14%);
- високий рівень знань (6%).

Респондент, який зазначив, що мав негативний досвід співпраці підкреслив, що негативною стороною співпраці стала відсутність зв'язку розробників з практичною реалізацією проекту.

Серед тих, хто мав позитивний досвід з ЗВО та/або НУ в Україні, негативними сторонами були: фінансові обмеження бюджетних установ, короткостроковість співпраці, відсутність мобільності ЗВО та низький рівень мотивації науковців до інноваційної діяльності. 15 респондентів (20 %) зазначили, що негативних сторін такої співпраці немає.

² Загальна кількість відповідей більше ніж число опитаних, оскільки можливо було обрати кілька варіантів відповідей

Складнощі при впровадженні інновацій

Щодо **основних внутрішніх бар'єрів для інноваційної діяльності підприємства** респонденти переважно виділяють наступні***, детальніше див. на **рис. 20**:

- нестача кваліфікованої робочої сили (45 %);
- застарілі засоби виробництва (37 %);
- витрати на матеріали, комплектуючі (27 %);
- відсутність програм управління змінами, неналагоджені комунікації між відділами (17 %).
- недостатня підтримка від топ-менеджменту (12 %);
- страх перед ризиком і невдачами (12 %);
- вартість робочої сили (8 %);
- витрати на електроенергію (8%).

Щодо **правових бар'єрів для інноваційної діяльності підприємства**³, то 32 % респондентів визначили, що правових бар'єрів немає, при цьому найбільш обмежувальними для розвитку інновацій респонденти виділяють (**див. рис. 21**):

- відсутність спеціалізованого законодавства (29 %);
- високу вартість ліцензування (23 %);
- складність отримання патентів (12 %);
- недостатність захисту інтелектуальної власності (13 %).

Кожен третій респондент зазначив, що правових бар'єрів немає, лише 1 виокремив тривалі законодавчо визначені процедурні аспекти погодження проєктної документації.

Якщо говорити про рівень інноваційності підприємств, які визначають правові бар'єри, то більшість респондентів користуються вже доступними на ринку інноваційними рішеннями або адаптують доступні на ринку інновації під свої потреби (детальніше на **рис. 22**). Основними правовими бар'єрами для цих підприємств виступають відсутність спеціалізованого законодавства, висока вартість ліцензування, недостатність захисту ІВ, складність отримання патентів. Також слід зазначити, що 31 % даних підприємств (тих, що користуються вже доступними на ринку інноваційними рішеннями або адаптують доступні на ринку інновації під свої потреби) відмітили, що не мають правових бар'єрів.

³ Узагальнення бар'єрів за кількістю відповідей є більше ніж число опитаних, оскільки можливо було обрати кілька варіантів відповідей

IP OFFICE | АНАЛІТИЧНО-ІНФОРМАЦІЙНО ДОВІДКА

Внутрішні бар'єри для інноваційної діяльності компанії	Розмір підприємства			
	велике	середнє	мале	мікро
вартість робочої сили		1	1	
нестача кваліфікованої робочої сили	7	3	2	1
застарілі засоби виробництва	6	1	1	
недостатня підтримка від топ-менеджменту	5			
страх перед ризиком і невдачами	1			2
вартість робочої сили; витрати на матеріали, комплектуючі	1			
вартість робочої сили; недостатня підтримка від топ-менеджменту; страх перед ризиком і невдачами		1		
витрати на електроенергію	1			
витрати на електроенергію; витрати на матеріали, комплектуючі	1	1		
витрати на матеріали, комплектуючі	2			
витрати на матеріали, комплектуючі; відсутність програм управління змінами; неналагоджені комунікації між відділами			1	
відсутність програм управління змінами; неналагоджені комунікації між відділами	2	1	1	
застарілі засоби виробництва; вартість робочої сили			2	
застарілі засоби виробництва; витрати на електроенергію; витрати на матеріали, комплектуючі	1		1	
застарілі засоби виробництва; витрати на матеріали, комплектуючі	1			
застарілі засоби виробництва; витрати на матеріали, комплектуючі; відсутність програм управління змінами; неналагоджені комунікації між відділами	1			
застарілі засоби виробництва; витрати на матеріали, комплектуючі; страх перед ризиком і невдачами	1			
застарілі засоби виробництва; недостатня підтримка від топ-менеджменту; відсутність програм управління змінами; неналагоджені комунікації між відділами			1	
недостатня підтримка від топ-менеджменту; відсутність програм управління змінами; неналагоджені комунікації між відділами	1			
недостатня підтримка від топ-менеджменту; страх перед ризиком і невдачами				1
нестача кваліфікованої робочої сили; вартість робочої сили	1			1
нестача кваліфікованої робочої сили; вартість робочої сили; витрати на матеріали, комплектуючі		1		
нестача кваліфікованої робочої сили; витрати на електроенергію; витрати на матеріали, комплектуючі		1	1	
нестача кваліфікованої робочої сили; витрати на матеріали, комплектуючі			1	
нестача кваліфікованої робочої сили; витрати на матеріали, комплектуючі; страх перед ризиком і невдачами	1			
нестача кваліфікованої робочої сили; відсутність програм управління змінами; неналагоджені комунікації між відділами			1	
нестача кваліфікованої робочої сили; застарілі засоби виробництва	2	2		
нестача кваліфікованої робочої сили; застарілі засоби виробництва; вартість робочої сили; витрати на електроенергію	1			
нестача кваліфікованої робочої сили; застарілі засоби виробництва; витрати на електроенергію			1	
нестача кваліфікованої робочої сили; застарілі засоби виробництва; витрати на електроенергію; витрати на матеріали, комплектуючі	1			
нестача кваліфікованої робочої сили; застарілі засоби виробництва; витрати на матеріали, комплектуючі		2		
нестача кваліфікованої робочої сили; застарілі засоби виробництва; витрати на матеріали, комплектуючі; відсутність програм управління змінами				1
нестача кваліфікованої робочої сили; застарілі засоби виробництва; відсутність програм управління змінами; неналагоджені комунікації між відділами	1	1		
нестача кваліфікованої робочої сили; страх перед ризиком і невдачами		1		
страх перед ризиком і невдачами; відсутність програм управління змінами; неналагоджені комунікації між відділами				1

Рис. 20. Розподіл відповідей респондентів щодо основних внутрішніх бар'єрів для інноваційної діяльності підприємства в залежності від його розміру (N=75)

IP OFFICE | АНАЛІТИЧНО-ІНФОРМАЦІЙНО ДОВІДКА

Разом з тим з рис. 22 прослідковується тенденція, що 40 % з тих підприємств з числа респондентів, які інвестують у власні R&D розробки, відзначили, що не мають правових бар'єрів впливу на інноваційну діяльність.

- відсутність спеціалізованого законодавства
- висока вартість ліцензування
- відсутність фінансування
- недостатність захисту ІВ

- складність отримання патентів
- тривалі законодавчо визначені процедурні аспекти погодження проектої документації
- правових бар'єрів немає

Правові бар'єри впливу на інноваційну діяльність	Розподіл за розміром підприємства				Правові бар'єри впливу на інноваційну діяльність	компанія користується вже доступними на локальному ринку інноваційними рішеннями	компанія адаптує доступні на ринку інновації під свої потреби	компанія інвестує у R&D і є генератором інновацій для всього ринку	інновації не є пріоритетом компанії
	велике	середнє	мале	мікро					
●	10	1	1	-	●	5	1	-	
●	4	1	1	-	●	1		-	
●	-	1		-	●	3	2	1	
●	4	-	1	1	●	-	2		1
●	1	1	1	-	●	1	1	1	-
●	1		-		●	5	5	1	1
●	1	1	2	1	●	2	1	1	1
●	-	1		-	●	-	1		-
●	1		-		●	1		-	
●	1	1		-	●	2		-	
●	3	2	2	1	●	3	4	-	1
●	1		-		●	-	1		-
●	1	2	2	-	●	2	1		-
●		-	1	-	●	-	1		-
●	10	7	3	4	●	8	12	2	2

Рис. 21. Розподіл відповідей респондентів щодо правових бар'єрів впливу на інноваційну діяльність підприємства в залежності від його розміру (N=75)

Рис. 22. Розподіл відповідей респондентів щодо правових бар'єрів впливу на інноваційну діяльність підприємства в залежності рівня його інноваційності (N=75)

IP OFFICE | АНАЛІТИЧНО-ІНФОРМАЦІЙНО ДОВІДКА

Щодо **фінансових обмежень, які впливають на здатність реалізувати інноваційні проєкти⁴**, то більше половини (52%) зазначили обмежені можливості для залучення інвестицій, майже кожен третій респондент (32%) виокремив нестабільність фінансових ринків, 16% респондентів зазначили високу вартість капіталу і лише 6% зазначили

відсутність доступу до кредитів. При цьому 17% респондентів вважають, що фінансові обмеження не впливають на інноваційні проєкти (детальніше на рис. 23).

Щодо **співвідношення розміру підприємства до основних фінансових бар'єрів (обмежень) впливу на інноваційну діяльність підприємства**, то

основними фінансовими бар'єрами незалежно від розміру підприємства є обмежені можливості для залучення інвестицій та нестабільність фінансових ринків.

⁴ Узагальнення фінансових бар'єрів за кількістю відповідей є більше ніж число опитаних, оскільки можливо було обрати кілька варіантів відповідей

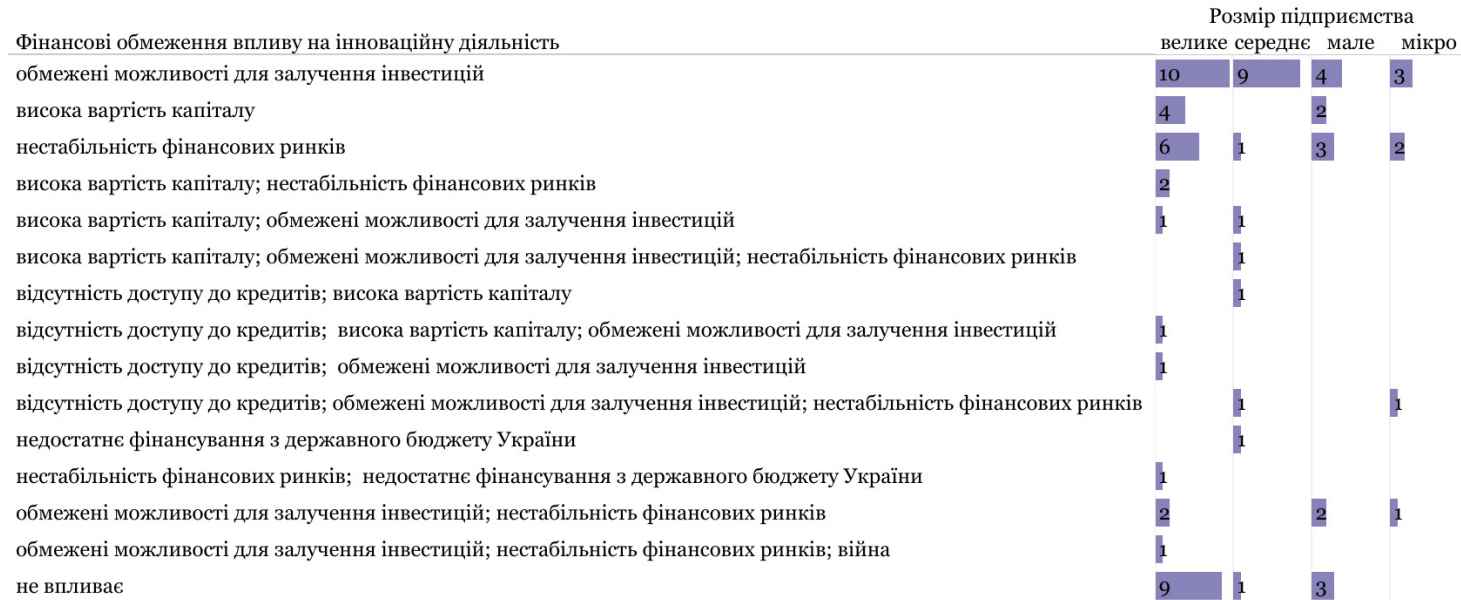


Рис. 23. Розподіл відповідей респондентів щодо фінансових бар'єрів інноваційну діяльність підприємства в (N=75)

Також є доцільним розглянути співвідношення рівня інноваційності підприємства до фінансових бар'єрів (обмежень) впливу на інноваційну діяльність підприємства, що детально розглянуто на рис. 24.

З рис. 24 можна зазначити, що рівень інноваційності підприємства не має значного впливу при визначенні ними основних фінансових бар'єрів.

Щодо технологічних бар'єрів, що перешкоджають інноваційному розвитку компанії⁵, респонденти визначили наступні:

- висока вартість новітніх технологій (59 %);
- обмежений доступ до сучасного обладнання (25 %);
- відсутність кваліфікованих фахівців (24 %);
- проблеми з інтеграцією нових технологій (15 %).



Рис. 24. Розподіл відповідей респондентів щодо фінансових бар'єрів впливу на інноваційну діяльність підприємства в залежності від рівня його інноваційності (N=75)

⁵ Узагальнення технологічних бар'єрів за кількістю відповідей є більше ніж число опитаних, оскільки можливо було обрати кілька варіантів відповідей

IP OFFICE | АНАЛІТИЧНО-ІНФОРМАЦІЙНО ДОВІДКА

При цьому близько 19% респондентів зазначили, що технологічні бар'єри відсутні, крім того, 2 респонденти зазначили повномасштабну війну як основний бар'єр, детальніше на рис. 25.

Диверсифікація підприємств за розміром показала, що в цілому розмір підприємства не має значного впливу і технологічні бар'єри є майже тотожними для кожного типу підприємств з числа респондентів.

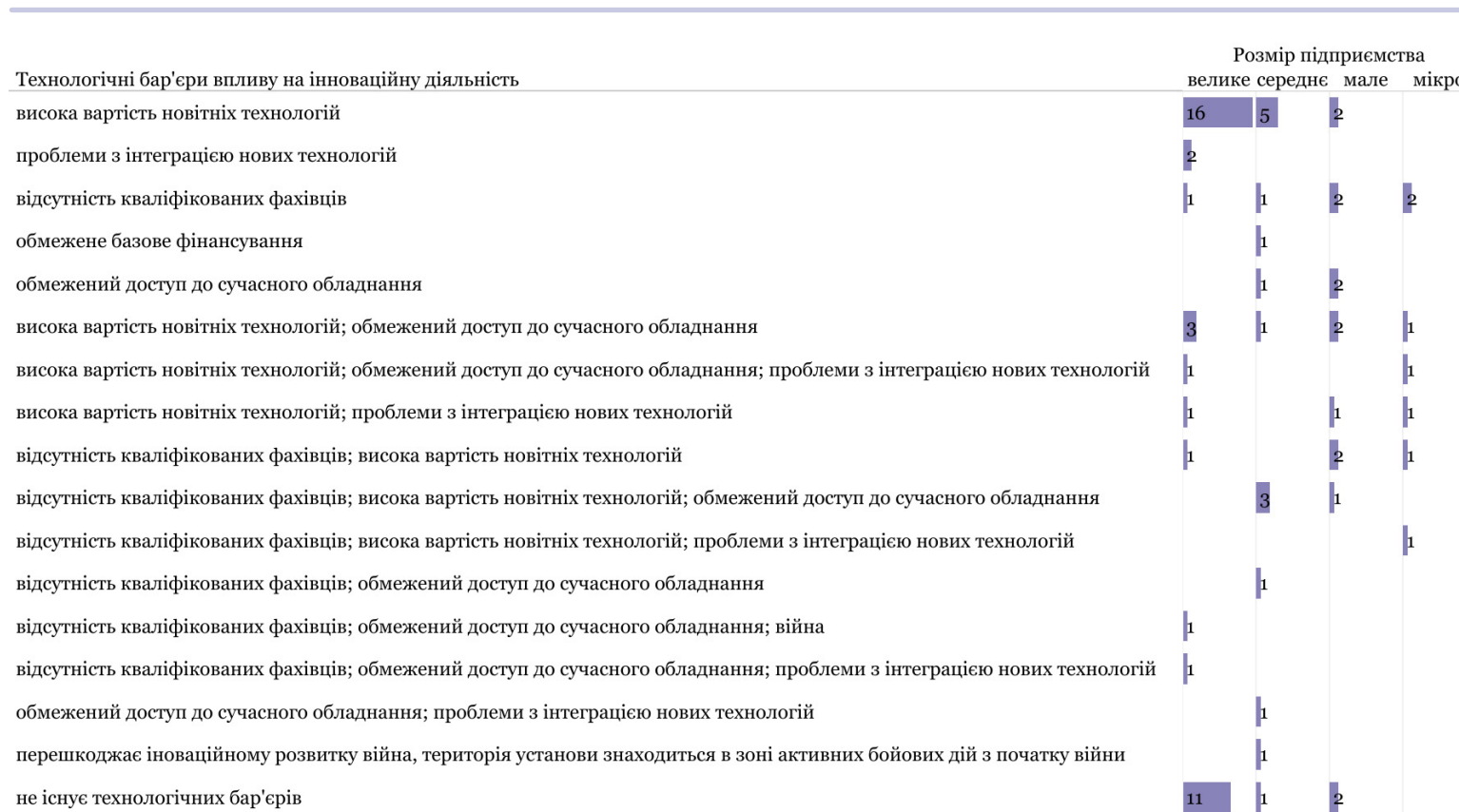


Рис. 25. Розподіл відповідей респондентів щодо технологічних бар'єрів впливу на інноваційну діяльність підприємства в залежності від його розміру (N=75)

IP OFFICE | АНАЛІТИЧНО-ІНФОРМАЦІЙНО ДОВІДКА

Співвідношення рівня інноваційності підприємства до технологічних бар'єрів (обмежень) впливу на інноваційну діяльність підприємства на рис. 26, з якого можна сказати, що висока вартість новітніх технологій та відсутність кваліфікованих фахівців є передусім технологічним бар'єром для підприємств, що користуються вже доступними на ринку інноваційними рішеннями або адаптують доступні на ринку інновації під свої потреби

Щодо наслідків відсутності державної підтримки інновацій⁶, то майже третина респондентів (28%) відмітили відсутність грантів та субсидій, 20% вказали обмежений доступ до державних замовлень на інноваційну продукцію, 19% – недостатність податкових пільг, 16% – відсутність програм підтримки стартапів. Більше третини (38%) респондентів зазначили, що не відчують наслідків.

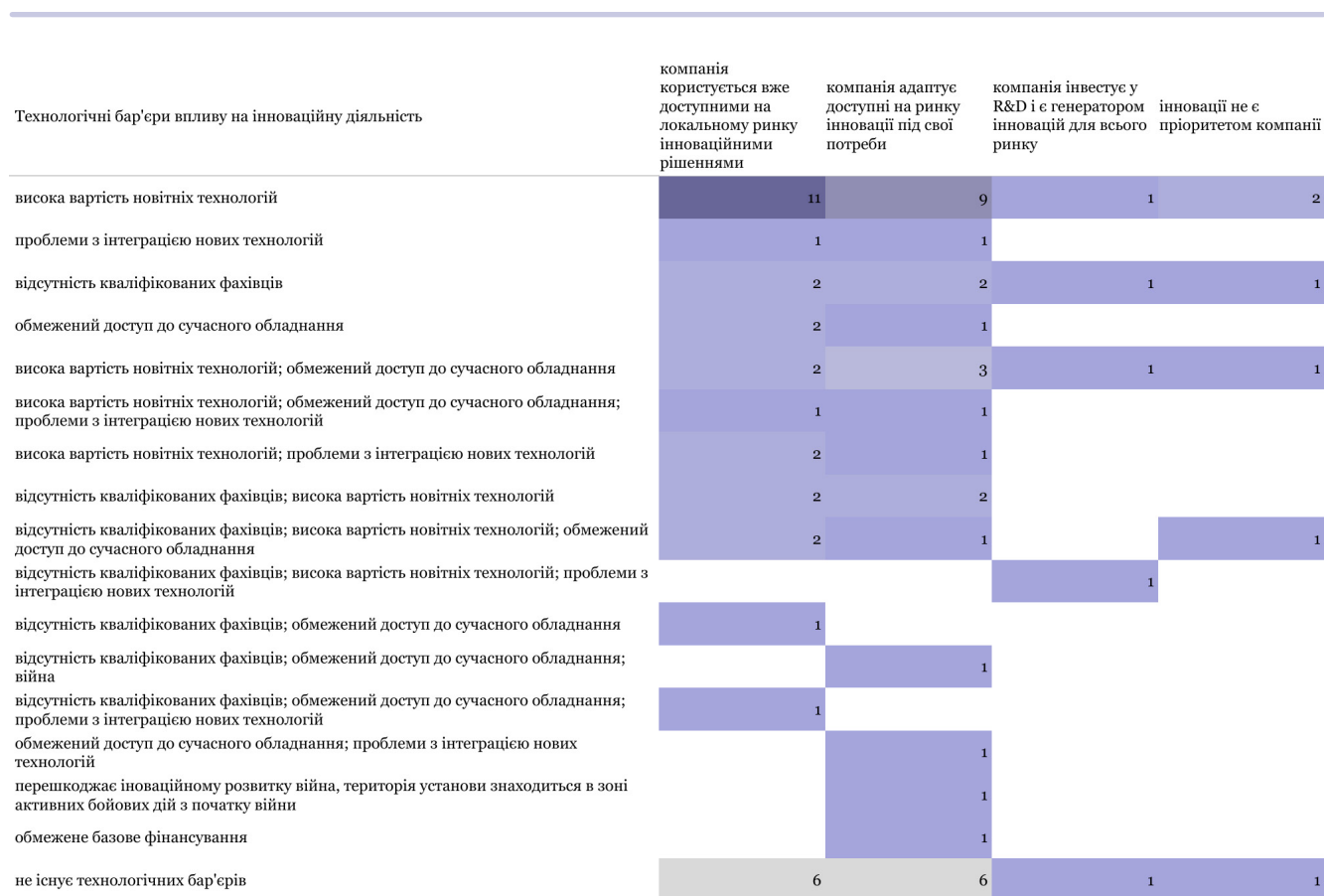


Рис. 26. Розподіл відповідей респондентів щодо технологічних бар'єрів впливу на інноваційну діяльність підприємства в залежності від рівня його інноваційності (N=75)

⁶ Узагальнення наслідків відсутності державної підтримки за кількістю відповідей є більше ніж число опитаних, оскільки можливо було обрати кілька варіантів відповідей

Щодо **взаємодії з іншими компаніями та конкурентами та її впливу на інноваційні зусилля**, то майже дві третини (61 %) респондентів зазначили, що така співпраця сприяє інноваціям, 20 % респондентів зазначили, що конкуренція стимулює інновації, у 15 % відповідей стверджувалося, що відсутня взаємодія з іншими компаніями, при цьому 4 % зазначили, що конкуренція обмежує інновації.

Щодо **бар'єрів на шляху комерціалізації інноваційних продуктів**, то основними бар'єрами було визначено регуляторні обмеження (18 %), проблеми з маркетингом та розповсюдженням (12 %), висока конкуренція (9 %) та відсутність попиту на ринку (9 %). Серед тих, хто відповів про наявність бар'єрів (39 респондентів), більше половини, 14 респондентів або 36 % зазначили регуляторні обмеження, 10 (29 %) зазначили проблеми з маркетингом та розповсюдженням, 7 (18 %) вказали високу конкуренцію, 3 (8 %) зазначили відсутність попиту на ринку, 2 особа відмітили відсутність коштів. При цьому майже половина (33 особи

або 44%) респондентів з загального числа респондентів вказали на відсутність бар'єрів для комерціалізації, 2 респонденти зазначили, що не володіють інформацією; разом з тим 1 респондент відмітив, що підприємство не займається комерціалізацією інноваційних продуктів.

Щодо деталізації основних труднощів або викликів, які виникають у підприємства під час впровадження інновацій, то більш ніж кожен п'ятий респондент (21 %) зазначив, що не має труднощів або вони не займаються впровадженням інновацій. Серед відповідей інших можна узагальнити: військові дії, обмеження щодо фінансових ресурсів, тестування продукту, тривалий процес розробки, неможливість реструктуризації заборгованості за попередні роки, відсутність підтримки держави, відсутність кваліфікованих працівників, інтеграція нових технологій тощо.

Щодо чинників, яких не вистачає для того, щоб вкладати кошти в українські науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи респонденти відмітили⁷:

- фінансових ресурсів (73%);
- невпевненість в майбутньому (40%);
- висока вартість (27%);
- потрібен час на впровадження (23%);
- компетентних кадрів (23%);
- не зрозуміла кінцева вартість рішення (17%);
- ми дуже мало знаємо про ці розробки (17%);
- демотивованість вітчизняних вчених (16%);
- досліджень ринку наявність попиту на інноваційні компанії (12%);
- «розрив поколінь» (8%);
- ми вже вкладаємо кошти (7%);
- наявний рівень R&D - це прототип, а нам потрібні готові рішення (7%);
- належної якості R&D (5%);
- проблеми відсутні (4%);
- ми самі є розробниками R&D (4%);
- незрозуміло з ким комунікувати щодо R&D в цікавій для нас сфері (3%).

Щодо дій, які можуть покращити рівень впровадження українських технологій та наукових розробок у реальний сектор економіки респонденти зазначили⁷:

- популяризація на державному рівні вітчизняних інноваторів (55%);
- державне стимулювання та підтримка впровадження інновацій (51%);
- фінансування конкретних проєктів, а не досліджень (40%);
- розуміння науковою спільнотою потреб ринку (35%);
- зростання обсягів державного фінансування науки та інновацій (28%);
- здешевлення та доступність фінансових ресурсів в Україні (21%);
- посилення рівня комунікацій між зацікавленими сторонами (20%);
- запровадження податкових пільг при впровадженні інноваційних продуктів (15%);
- розвиток інноваційної екосистеми (бізнес-інкубатори, технопарки, інноваційні парки, вільні економічні зони тощо) (13%);
- створення нормативно-правової бази для прозорості та простої фінансової взаємодії між приватним сектором та науковцями (13%);
- впровадження працюючої і доступної бізнесу платформи з базою технологій і розробок (9%).

⁷ Узагальнення чинників та дій за кількістю відповідей є більше ніж число опитаних, оскільки можливо було обрати кілька варіантів відповідей

ВИСНОВКИ

Отже, за результатами опитування підприємств державної, комунальної та приватної форми власності щодо їх інноваційної спроможності (N=75) можна сказати, що найпоширенішою формою власності респондентів є державна (92%) та більшість учасників опитування (51%) є великими за розміром підприємствами (мають більше 250 працівників).

Найпоширенішими сферами діяльності є транспорт (36 %), охорона природи (9 %), лісове господарство (5 %) та будівництво (4 %), при цьому основним ринком для цих підприємств є регіони України (72 %).

44% з загального числа респондентів зазначили, що користуються вже доступними на локальному ринку інноваційними рішеннями, крім того, більше 50% зазначили, що їх продукція/послуга користується попитом, але не є інноваційною.

70% учасників опитування вказали, що їх організація інвестувала у інновації у 2023 році, при цьому більше половини (51%) підприємств-респондентів зазначили, що їх організація не здійснювала за останні три роки придбання ліцензій на використання об'єктів права інтелектуальної власності.

72% підприємств зазначили, що їх організація у 2023 році не інвестувала кошти на власні науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи (R&D) або підтримку зовнішніх R&D.

Щодо пріоритетних видів інновацій, то підприємства визначали рівень пріоритетності за шкалою оцінювання від 1 до 7, де 1 – не є пріоритетом підприємства та 7 – найвищий пріоритет, то:

- соціальні інновації за кожною оцінкою отримали майже однакові результати в межах 12-17%;
- організаційні інновації: майже кожен третій (31%) зазначив пріоритетність зазначених інновацій з оцінкою «6» та «7»;
- більшість респондентів (68 %) визначили інформаційні інновації як пріоритетні з оцінками «5-7», при цьому жоден респондент не визначив інформаційні інновації як непріоритетні;
- кожен третій респондент (33 %) надав процесним інноваціям середній рівень пріоритетності (оцінка «4»);
- 64 % учасників опитування визначили рівень пріоритетності маркетингових інновацій як нижче середнього (оцінка «3»);
- 76 % визначили продуктові інновації як непріоритетні (переважно з оцінками «1» і «2»);
- виробничо-технологічні інновації були визначені 39 % респондентів як високо-пріоритетні (оцінка «7»).

IP OFFICE | АНАЛІТИЧНО-ІНФОРМАЦІЙНО ДОВІДКА

Більше половини респондентів (56 %) зазначили придбання технології / отримання ліцензій в Україні як найімовірніший шлях отримання необхідної для компанії технології.

Щодо етапів на яких R&D компанія готова вкладати кошти в українські дослідження та розробки, то майже кожен третій учасник опитування зазначив рівень готовності TRL 9 (виробництво повністю запущене і продукт конкурентоспроможний).

Найпопулярнішим джерелом отримання інформації про нові технології та розробки вказали ЗМІ (66 %). Кожен третій респондент (33 %) зазначив, що їх організація НЕ мала досвіду співпраці з вітчизняними закладами вищої освіти та/або науковими установами. Серед тих, хто мав досвід, сильними сторонами співпраці з науковими установами та/або ЗВО в Україні відмічають підвищення кваліфікації (50 %).

Основним внутрішнім бар'єром для інноваційної діяльності компанії респонденти переважно визначили нестачу кваліфікованої робочої сили (45 %). Щодо правових бар'єрів, які є найбільш обмежувальними для розвитку інновацій, то основним з них було виділено високу вартість ліцензування (32 %). До фінансових обмежень, які впливають на здатність реалізувати інноваційні проекти, то більше половини

респондентів (52 %) віднесли обмежені можливості для залучення інвестицій. Серед технологічних бар'єрів, що перешкоджають інноваційному розвитку компаній, респонденти відмітили високу вартість новітніх технологій (61 %).

Щодо відчуття наслідків відсутності державної підтримки інновацій, то майже третина підприємств (28 %) відмітили відсутність грантів та субсидій. Щодо взаємодії з іншими компаніями та конкурентами та її впливу на інноваційні зусилля, то майже дві третини (61 %) зазначили, що така співпраця сприяє інноваціям.

Серед тих, хто відповів про наявність бар'єрів на шляху комерціалізації інноваційних продуктів, то 51 % зазначили регуляторні обмеження як основні бар'єри. Щодо чинників, яких не вистачає для того, щоб вкладати кошти в українські науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи відмітили, що основним чинником є недостатність фінансових ресурсів (73 %).

Щодо дій, які можуть покращити рівень впровадження українських технологій та наукових розробок у реальний сектор економіки, більшість респондентів (55 %) зазначили популяризацію на державному рівні вітчизняних інноваторів.