

Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Economics, 2018; 5(200): 33-41

УДК 339.13

JEL classification: F20, L29, M21, O31

DOI: <https://doi.org/10.17721/1728-2667.2018/200-5/5>

Т. Нагачевська, канд. екон. наук, доц.

ORCID iD 0000-0002-5771-1925,

О. Пригара, канд. екон. наук, доц.

ORCID iD 0000-0002-8444-819X

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, Україна

МОДЕЛЬ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Розкрито сутність та види моделі інноваційної розвитку підприємства. Наведена порівняльна характеристика моделей інноваційного розвитку підприємства. Запропоновано підхід до формування інноваційної моделі розвитку підприємства через системну інтеграцію чинників внутрішнього та зовнішнього середовища діяльності підприємства. Виявлено джерела інноваційних ідей в контексті внутрішнього середовища – на ланках ланцюга створення вартості на підприємстві, а також в рамках зовнішнього середовища. Розкрито напрями використання можливостей розвинутої інноваційної інфраструктури для ефективного організації інноваційного процесу підприємства. Обґрунтовано практичні рекомендації для підприємств щодо моделювання та вдосконалення організаційно-управлінських механізмів інноваційної діяльності для прискорення економічного розвитку.

Ключові слова: модель, підприємство, інноваційний розвиток, джерела інноваційних ідей, механізми інноваційної діяльності.

Постановка проблеми. Сучасні умови глобалізації призводять до посилення конкуренції на ринках і змушують підприємства до пошуку нових ефективних методів роботи. У боротьбі за споживача ключові позиції займають найбільш конкурентоспроможні підприємства, серед яких ті, які можуть у максимально короткий термін адаптуватись до нових умов і здатні до постійних упроваджень інновацій. Причому глобальні інновації не забезпечують підприємствам тривалого утримання конкурентних переваг на ринку, а дають їм лише тимчасову перевагу. Вимогою часу є постійний моніторинг ринкової ситуації з можливістю забезпечення постійних модифікацій продуктів/послуг та методів роботи на ринку. Це стимулює підприємства до пошуку ефективних методів відслідковування можливих джерел інновацій та шляхів їх упровадження. Саме тому сучасна модель розвитку підприємства має будуватись на засадах розробки ефективних інноваційних моделей.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні та практичні аспекти проблематики інноваційного розвитку підприємств розкрито у численних наукових працях таких зарубіжних та вітчизняних авторів: Б. Годін [1], Р. Ротвелл [2], Дж. Тідд, Дж. Бесант, К. Павіт [3], М. Портер [4], Ю. М. Бажал [14], Л. М. Болдирева [6], А. О. Старостіна [16], С. М. Ілляшенко, О. А. Біловодська [15], С. В. Мальцева [12], Л. І. Федулова [18], Д. М. Черваньов, О. І. Жилінська [19], М. В. Устименко [21]. У науковій літературі висвітлюються підходи до формування інноваційних ідей, фактори та особливості розвитку інноваційних процесів, розкриваються підходи до управління інноваціями та напрями державної політики регулювання інноваційних процесів, особливості формування інноваційних стратегій підприємств, проблеми реалізації інноваційних проєктів на підприємствах тощо.

Невирішені раніше частини загальної проблеми. В умовах динамічного та висококонкурентного глобального бізнес-середовища, в якому працюють сьогодні підприємства, недостатньо дослідженими є практичні аспекти моделювання інноваційного розвитку підприємства, у т. ч. виявлення сучасних домінуючих чинників, джерел та організаційно-управлінських механізмів інноваційного розвитку підприємства. Вирішення даних проблем у цій площині дозволить удосконалити організацію та управління інноваціями на підприємстві, забезпечить цілеспрямований прискорений розвиток, зростання економічної ефективності, підвищення конкурентних переваг на внутрішніх та міжнародних ринках.

Актуальність. Реалізація інноваційних рішень на підприємстві можлива за умови формування ефектив-

ної інноваційної моделі та виваженого підходу до реалізації інноваційної політики, яка формує умови залучення до інноваційної діяльності певних функціональних служб підприємства. Своєчасне розпізнавання нових ринкових потреб забезпечується кваліфікованими маркетинговими дослідженнями, за результатами яких топ-менеджери визначають напрями інноваційних змін і окреслюють завдання у сфері науково-технічних робіт. Реалізація інноваційної політики потребує ефективного механізму управління інноваційним розвитком підприємств, який охоплює всі питання виробничої, комерційної, науково-дослідної, збутової діяльності господарського суб'єкта. Зважаючи на зростаючу актуальність інноваційної діяльності за сучасних умов господарювання, подальшої розробки вимагають ефективні інноваційні моделі розвитку підприємств.

Мета статті – узагальнення теоретичних засад дослідження моделювання інноваційного розвитку підприємства та розробка практичних рекомендацій щодо формування моделі інноваційного розвитку підприємства в сучасному динамічному та висококонкурентному бізнес-середовищі.

Результати дослідження. Розглянемо сутність моделі інноваційного розвитку підприємства та існуючі типові моделі. Підприємство, яке орієнтується на інновації, обирає певну модель інноваційного розвитку, згідно з якою на підприємстві будуються інноваційні процеси й механізми управління ними. Обрана інноваційна модель стає основою розробки подальшої стратегії економічного розвитку підприємства та визначальною основою для формування загальної корпоративної стратегії. В інших випадках модель інноваційного розвитку підприємства передбачає вбудовування (вмонтовування, внутрішньої інтеграції) у систему економічної діяльності підприємства його організаційної структури та системи управління. Модель інноваційного розвитку підприємства слід розглядати як вербальний або графічний опис підходів до організації та управління інноваційного процесу на підприємстві. Модель інноваційного розвитку підприємства – це сукупність спонукальних мотивів, рушійних сил і джерел, методів, інструментів, організаційно-управлінських та фінансових механізмів генерування й комерціалізації інновацій.

На сьогодні в науковій літературі розглядають такі моделі інноваційного розвитку підприємства:

- 1) модель пропозиції інновацій;
- 2) модель попиту інновацій;
- 3) інтерактивна модель;
- 4) модель інтегрованих бізнес-процесів;

- 5) мережева модель інновацій;
- 6) модель "відкритих" інновацій.

Лінійні моделі інновацій (пропозиції та попиту) з'явилися у 1950–1960-ті рр., базувались на сфері досліджень і розвитку та були мало пов'язані з основною діяльністю фірми [1]. *Модель пропозиції* або *модель протискування* (англ. "science-push" або "technology-push") акцентує увагу на технологічних аспектах інноваційного процесу і була популярна в 1950–1960-ті рр. Згідно з даною лінійною моделлю фундаментальні наукові дослідження генерують нові ідеї та виступають рушійною силою інноваційного процесу. Отже, інновації є кінцевим результатом автономних досягнень науки і техніки. Ланцюг інновацій у цій моделі має такий вигляд: фундаментальні дослідження – прикладні дослідження – експериментальні розробки – початкове серійне виробництво – дифузія. Головним недоліком моделі є існування значного розриву в ланцюгу *наука – технологія – ринок*. Також модель *technology – push* працює і може бути ефективною переважно для наукоємних та високотехнологічних галузей і секторів економіки.

Модель попиту інновацій (англ. "demand-pull") (1970–1980-ті) розглядає інноваційний процес у безпосередньому зв'язку з ринковими чинниками [1]. Незадоволені потреби на ринку ініціюють виникнення науково-технічної ідеї, яка обумовлена темпами розвитку науково-технічного прогресу. Дана модель має такий вигляд: *ринковий попит – НДДКР – початкове серійне виробництво – комерціалізація інновації*. Світовий досвід дає багато прикладів обмеженого використання моделі попиту, особливо для інновацій радикального типу. Адаже на ранніх стадіях інноваційного процесу ринковий аналіз є дорогим, і його результати є не завжди достовірними. Також зазначимо, що умовою ефективною реалізації цієї моделі є наявність у підприємства матеріально-технічної бази, науково-дослідних підрозділів та лабораторій, кваліфікованих науково-інженерних кадрів, або коштів для оплати зовнішніх замовлень наукових досліджень і розробок.

Сучасна практика засвідчує, що першопричинами та рушійними силами інноваційних процесів підприємства в більшості випадків є фактори попиту і рідше – пропозиції. Також, очевидним сьогодні є те, що лінійні моделі інновацій, які передбачають причинний зв'язок між науковими знаннями та інноваціями, являють собою здебільшого виняток, який можна застосувати до високотехнологічних галузей.

Наступні моделі генерації інновацій є нелінійними і враховують різносторонній вплив великої кількості факторів на інноваційну діяльність [2].

Інтерактивна модель розвитку інновацій (90-ті рр. минулого століття) передбачає інтеграцію управління інноваційними процесами зі стратегією розвитку фірми. Основні позиції концепції ґрунтуються на тісній співпраці стратегічного керівництва корпорації з керівництвом досліджень у створенні портфеля дослідницьких тем, портфеля інноваційних проектів на зразок портфеля продуктів чи технологій, які визначаються у процесі стратегічного аналізу фірми.

Модель інтегрованих бізнес-процесів (1980–1990-рр.) передбачає інтеграцію в рамках підприємства інноваційних процесів та економічної діяльності, інтеграцію інноваційної діяльності підприємства з постачальниками і клієнтами, акцент на формування та входження підприємства у стратегічні інноваційні альянси, розвиток на рівні підприємства різних форм інноваційного співробітництва. Підприємство підтримує систему внутрішньофірмового співробітництва і обміну потоками інноваційних ідей.

Мережева модель інновацій передбачає створення інноваційних процесів у мережевих системах, які виходять за рамки фірм і за національні межі [3]. Ця модель визнає необхідність переміщення знань між різними географічними територіями. Сучасний досвід більшості найбільш інноваційних компаній демонструє доцільність та ефективність створення мережевих моделей інновацій. Як показує практика, високі власні витрати компанії на НДДКР не завжди призводять до високих результатів діяльності та комерціалізації інновацій. Найбільш високий інноваційний рейтинг мають компанії Apple, Google і Microsoft, які ведуть активні розробки, але в рейтингу НДДКР вони займають далеко не перші місця. Значна роль в інноваційній діяльності цих компаній належить інноваційній співпраці поза компаніями та інноваційним альянсам. Характерні для мережевої моделі кооперація та співробітництво на стадії НДДКР дозволяють оптимізувати витрати, забезпечити концентрацію фінансових ресурсів на перспективних наукоємних напрямках досліджень і розробок, об'єднати зусилля для проведення інтегрованих міжгалузевих досліджень тощо.

Сучасний досвід діяльності найбільш успішних підприємств демонструє популярність використання інтегрованих, інтерактивних та мережевих інноваційних моделей, які дають можливість максимально розширити можливості розробки інновацій. При цьому все актуальнішими постають питання розробки ефективних механізмів інноваційного співробітництва всередині фірми і створення мереж, які пов'язують фірму з її оточенням (іншими фірмами, центрами, дослідницькими лабораторіями, організаціями).

Крім того, популярності набуває теорія "відкритих" інновацій, суть якої полягає у тому, що для стимулювання інноваційної активності компаніям слід орієнтуватись на зовнішнє середовище, замість концентрування зусиль на пошук інновацій, використовуючи внутрішній потенціал. Аналіз зовнішнього середовища дає змогу отримати ідеї щодо нових потреб ринку або нових технологій, які існують на ринку. Ідеться про неформальні зв'язки, які існують у компанії. Це і відрізняє ідею упровадження концепції "відкритих інновацій" від концепції упровадження інноваційного співробітництва, інноваційних альянсів у формі цілеспрямованого науково-технічного співробітництва. Система пошуку відкритих інновацій містить використання всього зовнішнього середовища організації, яке включає не лише споживачів, постачальників, але і осіб, які не є споживачами, фахівців-експертів з інших галузей, зацікавлених осіб, студентство.

Узагальнивши існуючі моделі інновацій, можемо дійти висновку, що інноваційна діяльність сучасного підприємства має опиратись на пошук широкого кола можливостей посилення його інноваційного потенціалу й системний комплекс методів та організаційно-управлінських механізмів досягнення стратегічних цілей інноваційного розвитку. Це і внутрішні можливості підприємства, і пошук джерел інновацій у зовнішньому середовищі діяльності підприємства, і впровадження інноваційного співробітництва та використання можливостей розвиненої інноваційної інфраструктури на ринку. Постійний моніторинг внутрішніх факторів та зовнішнього середовища дозволяє чітко поставити цілі інноваційного розвитку, завдання НДДКР, а співробітництво та інтеграція – мінімізувати обсяги витрат і часу, об'єднати унікальні ресурси, у т. ч. у міжнародному контексті. Отже, у сучасних умовах підприємствам доцільно формувати комплексну системно-інтегровану модель інноваційного розвитку (рис. 1).

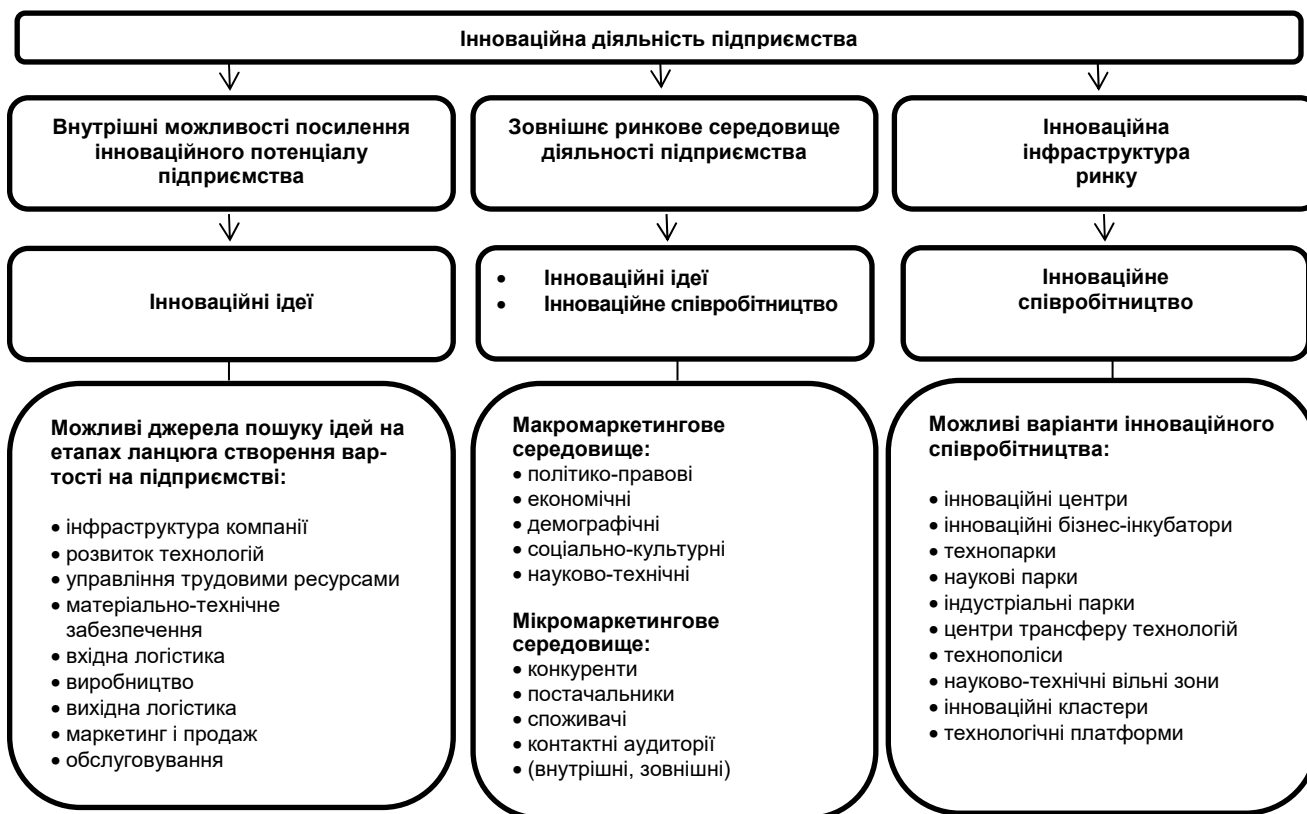


Рис. 2. Комплексна інноваційна модель розвитку сучасного підприємства

Джерело: авторська розробка.

Розглянемо ці три складових (модулі) інноваційної моделі розвитку сучасного підприємства:

1) внутрішні можливості посилення інноваційного потенціалу підприємства;

2) зовнішнє ринкове середовище діяльності підприємства;

3) інноваційна інфраструктура ринку.

1. **Внутрішні можливості посилення інноваційного потенціалу підприємства** слід розглядати через призму моделі "ланцюга створення вартості", запропонованої М. Портером [4], яка відображає процес створення вартості на підприємстві і складається з різних елементів основних і допоміжних (підтримуючих) процесів.

До основних елементів належать: вхідна логістика, виробництво, вихідна логістика, маркетинг і продаж, обслуговування. До допоміжних функцій належать: інфраструктура компанії, матеріально-технічне забезпечення, розвиток технологій, управління трудовими ресурсами.

Кожен із цих процесів у ланцюгу цінностей є потенційним джерелом конкурентної переваги, а отже має розглядатися для пошуку інноваційних ідей та рішень. Ця концепція може використовуватись для визначення перспективних напрямів створення джерел конкурентної переваги та їх подальшого розвитку за рахунок упровадження інноваційної діяльності. У табл. 1 наведено можливі джерела пошуку інноваційних ідей на ланках ланцюга створення вартості на підприємстві.

Так, підприємство може виявляти можливості та напрями посилення власного інноваційного потенціалу за вказаними в моделі (див. табл. 1) ланками. Виявлені таким чином можливості стають складовими плану і завдань стратегічного інноваційного розвитку компанії.

Розглянемо детальніше зазначені джерела інноваційних ідей у групі основних та допоміжних елементів ланцюга створення вартості на підприємстві.

Таблиця 1. Джерела інноваційних ідей у рамках аналізу ланцюга створення вартості на підприємстві

Ланки ланцюга створення вартості на підприємстві	Можливі джерела пошуку інноваційних ідей
Основні елементи	
Вхідна логістика	Закупівельна логістика, транспортна логістика, складування і зберігання, управління запасами
Виробництво	Обробка, упаковка, збирання, обслуговування обладнання, тестування
Вихідна логістика	Обробка замовлень, товарорух
Маркетинг і продаж	Вибір каналів збуту, просування, ціноутворення, комунікації із клієнтами, робота з відгуками та пропозиціями
Обслуговування	Підтримка клієнтів, налаштування, навчання, постачання запасних частин
Допоміжні елементи	
Інфраструктура підприємства	Стиль керівництва, система менеджменту та планування (інноваційні підходи до управління підприємством), управління якістю
Розвиток технологій	Науково-дослідні розробки, автоматизація процесів, розробка систем тестування виробів
Управління трудовими ресурсами	Процедура підбору, тестування та підготовки, розвитку й мотивації роботи кадрів
Матеріально-технічне забезпечення	Закупівлі сировини, сервіс, запасні частини, обладнання

Джерело: авторська розробка.

Інфраструктура підприємства. При розгляді можливостей покращення конкурентних позицій та можливих інновацій за цим елементом переглядається стиль керівництва, система управління та планування на підприємстві. Сьогодні набувають поширення сучасні інноваційні концепції управління – концепція Lean Management (Ощадне управління), Total Quality Management (Комплексне управління якістю), Business Process Reengineering (Реінжиніринг бізнес-процесів), Change Management (Менеджмент змін), Benchmarking (Бенчмаркінг), Time Business Management (Управління бізнес-часом). Наприклад, виробнича система в автомобільній корпорації Toyota Motors – Toyota Production System (TPS) орієнтована на повне виключення втрат і базується на принципі "точно в час" із використанням засобів передачі інформації "KANBAN". Сутність цієї системи полягає в тому, що всі виробничі підрозділи заводу постачаються матеріальними ресурсами лише в тій кількості й до такого терміну, який необхідний для виконання замовлення підрозділу споживача. Попереднім кроком до застосування виробничої системи TPS стає повна ідентифікація втрат: утрати через надвиробництво; втрати часу через очікування; утрати при непотрібному транспортуванні; утрати через зайві етапи обробки; утрати через зайві запаси; утрати через непотрібні розміщення; утрати через випуск дефектної продукції. Усунення цих втрат може значно підвищити ефективність роботи підприємства.

Розвиток технологій як джерело інноваційного розвитку, як засіб визначення перспективних напрямів створення і подальшого розвитку конкурентних переваг підприємства передбачає здійснення науково-дослідних розробок у сфері виробництва, продажу, сервісу, досліджень і т. п. Тобто передбачає готовність до технологічних новацій у будь-якій сфері діяльності підприємства. Автомобільні компанії активно впроваджують технологічні інновації, спрямовані на підвищення рівня безпеки, комфорту, зменшення рівня шкідливих викидів в атмосферу, зменшення споживання палива. Виконавчий віце-президент департаменту розвитку електромобільності Bosch зазначив, що компанія щорічно інвестує 400 млн євро в електрифікацію транспортних засобів – головним чином у розробку тягових акумуляторів, електродвигунів і електронних приладів [5].

Управління трудовими ресурсами. Розглядаючи можливість інноваційних підходів до управління трудовими ресурсами, слід зосередити увагу на можливості збільшення рівня інноваційності програм з підбору кадрів, застосування провідних схем навчання та періодичної атестації персоналу. Обов'язковим для багатьох компаній є періодичне проходження різного роду тренінгів для працюючого персоналу. Провідні компанії мають власні навчальні центри та центри атестації кадрів.

Матеріально-технічне забезпечення. Підприємство може розробляти інноваційні ідеї з питань підвищення рівня власних конкурентних переваг, а також шляхом удосконалення системи роботи з постачальниками. Наприклад, провідні автовиробники сприяють підвищенню рівня конкурентоспроможності своїх постачальників. Компанія Toyota Motors розробила систему стимулів для постачальників стосовно інвестування у спеціалізоване обладнання, підвищення кваліфікації працівників, що створює обопільні довгострокові вигоди.

Вхідна логістика. Інновації можливі у постачанні ресурсів, перевезенні вантажів, складуванні, зберіганні й управлінні запасами. Логістичні комунікації є важливою поєднальною ланкою в логістичних системах. У діяльності складів застосовують автоматизовані транспортно-складські системи (AS/RS), відомі, як "автомати-

зований склад" [7]. До управлінських інновацій, які застосовуються у логістиці, відносять і аутсорсинг, відповідно до якого виконання неключових функцій компанії покладається на третю сторону, що представляє собою спеціалізованого професійного провайдера послуг.

Виробництво. Інноваційні ідеї можуть з'явитись при аналізі можливих шляхів удосконалення процесів обробки, збирання, обслуговування обладнання та тестування виробів. Наприклад, компанії Ford, Audi, BMW, General Motors, Daimler AG та Volkswagen беруть участь у чотирирічній дослідницькій програмі німецького уряду за назвою "Safe Intelligent Mobility – Testfield Germany". Її завдання полягає у випробуванні інтелектуальних автомобільних систем, які дозволяють збільшити безпеку дорожнього руху, а також вироблення єдиного стандарту для технологій "спілкування" машин. Серед новинок, випробовуваних автовиробниками, представлені системи, що дозволяють інформувати водіїв про небезпеки на дорозі та екстремне гальмування попереду їдучих автомобілів, які перебувають поза зоною видимості. General Motors на сьогодні розробляє систему, здатну визначати місце розташування пішоходів за допомогою Wi-Fi сигналу, який видають смартфони пішоходів [5]. У концерні Daimler AG автомобілі проходять випробування в аеродинамічних тунелях, за допомогою яких штучно створюють екстремальні погодні умови. За допомогою цих тунелів випробування автомобілів можливі за температури до мінус 40 градусів, а вентилятори дають змогу створити умови вітру швидкістю до 265 км/год. На будівництво цих тунелів витрачено 52 млн євро [5].

Вихідна логістика. Інновації можливі й у розподілі та постачанні продукції замовникам. Скоротити час між одержанням замовлення та відправкою продукції споживачу дозволяє застосування комп'ютерної техніки. На сьогодні серед логістичних технологій у дистрибуції поширені набули системи Efficient consumer response (ефективна реакція на споживача), QR (швидка реакція).

Маркетинг і продаж теж потребують інноваційних запроваджень і доволі часто застосовуються як засоби підвищення власних конкурентних переваг підприємств. Нерідко міжнародні компанії делегують своїм закордонним філіям економічні функції, пов'язані з маркетингом та обслуговуванням споживачів. На етапі маркетингу і продажу компанії надають унікальні умови кредитування для споживачів, намагаються покращувати стандарти обслуговування клієнтів, застосовують різні методи просування продукції та формування іміджу бренду.

Обслуговування. Інновації можливі у сферах підтримки клієнтів, налаштування, навчання, постачання запасних частин. Провідні автовиробники мають власні сервісні центри, оснащені новітнім обладнанням для проведення діагностики технічного стану автомобіля, здійснення робіт щодо технічного обслуговування та ремонту. Власники автомобілів марки Mercedes-Benz можуть скористатись послугою цілодобового сервісу (Service 24h), яка включає надання технічної допомоги, консультацій, можливість оперативної евакуації автомобіля як на території України, так і закордоном [5].

2. Зовнішнє ринкове середовище діяльності підприємства. Система пошуку відкритих інновацій містить використання всього зовнішнього середовища організації, яке включає не лише споживачів, постачальників, але й осіб, які не є споживачами, фахівців-експертів з інших галузей, зацікавлених осіб, студентство. У табл. 2 наведено можливі шляхи виникнення та реалізації інновацій шляхом аналізу елементів зовнішнього ринкового середовища.

Таблиця 2. Джерела виникнення інноваційних ідей у рамках зовнішнього ринкового середовища діяльності підприємства

Елементи зовнішнього ринкового середовища	Можливі шляхи виникнення та реалізації інновацій
Макромаркетингове середовище діяльності підприємства	
Політико-правове Економічне Соціально-культурне Демографічне Науково-технічне	Технологічні інновації, нові тенденції у попиті, стилі життя, нові економічні, правові можливості Альтернативні варіанти вирішення проблем чи реалізації можливостей
Мікромаркетингове середовище діяльності підприємства	
Конкуренти	Бенчмаркінг, інноваційне співробітництво, створення горизонтально інтегрованих систем
Споживачі	Підтримка клієнтів, комунікації із клієнтами, робота з відгуками та пропозиціями, створення вертикально інтегрованих систем
Постачальники	Бенчмаркінг, інноваційне співробітництво, створення вертикально інтегрованих систем
Посередники	Інноваційне співробітництво
Контактні аудиторії	Комунікації із персоналом, ЗМІ, громадськими організаціями, зацікавленими особами, науковцями для пошуку інноваційних ідей

Джерело: авторська розробка.

Макромаркетингове середовище дає змогу проаналізувати технологічні інновації, нові тенденції у попиті, стилі життя, нові економічні, правові можливості. Аналіз факторів макромаркетингового середовища компанії допомагає виявити ринкові загрози та можливості діяльності, розробити альтернативні варіанти вирішення проблем чи реалізації можливостей, серед яких можуть бути і можливості інновацій.

Аналіз мікромаркетингового середовища діяльності підприємства передбачає виявлення та оцінку впливу конкуренції, споживачів, постачальників, посередників, контактних аудиторій. Відповідно у кожному з цих елементів середовища можуть бути виявлені можливості для вдосконалення та перетворення. Так, аналіз конкуренції сприяє виявленню інформації щодо інновацій, які упроваджують конкуруючі організації. У зв'язку з цим можна розглядати альтернативи бенчмаркінгу, інноваційного співробітництва, створення горизонтально інтегрованих систем за умови існування схожих економічних інтересів. Інноваційне співробітництво набуває значних темпів сьогодні у багатьох галузях народного господарства у відповідь на зростаючу конкуренцію на ринках та зростаючі витрати на науково-дослідні роботи. Особливої актуальності набувають гнучкі форми інтеграції шляхом об'єднання компетенцій start-up компаній, споживачів, постачальників.

Ефективним чинником організації та розвитку інноваційних процесів підприємства є **інноваційне співробітництво**, яке набуває значних темпів сьогодні у багатьох галузях економіки у відповідь на зростаючу конкуренцію на ринках та зростаючі витрати на науково-дослідні роботи. Інноваційне співробітництво здійснюється в таких формах: науково-технічна кооперація, виконання спільних інноваційних проектів, створення спільних підприємств, створення науково-технічних консорціумів, стратегічних інноваційних альянсів тощо.

Створення **науково-дослідних центрів** як форма інноваційного співробітництва активно розвивається в IT-секторі України. Так, в Україні розташовано понад 100 R&D-офісів (R&D-Research and Development) світових лідерів IT-індустрії, у т. ч. Microsoft, Cisco, Google, Apple. Це світові компанії з різних галузей промисловості, включаючи телекомунікації, програмне забезпечення, ігри та електронну комерцію. Значна частина цих глобальних компаній вийшла на український ринок опосередковано, через M&A, спільні НДДКР із компонентом аутсорсингу або компаніями, які обслуговують аутстафінг. США залишаються найбільшим партнером України для спільної науково-дослідної діяльності, за якими ідуть країни ЄС та Ізраїль. Місто Київ є найпопулярнішим місцем в Україні для відкриття центру з дослі-

дження й розробки, зосереджуючи більше половини всіх таких баз у країні. Популярними майданчиками для міжнародного інноваційного співробітництва у сфері IT є також Дніпропетровськ, Львів, Одеса, Харків та Вінниця.

Формою інноваційного співробітництва та вагомим інструментом інноваційного розвитку підприємств у високотехнологічних галузях є **інноваційні альянси**. Наприклад, альянс Renault-Nissan став світовим лідером у сфері електромобілів. Інженери альянсу працюють над створенням технологій автономного керування, систем комунікації та інших технологій нового покоління. У 2016 р. альянс Renault-Nissan і компанія Microsoft підписали глобальну угоду щодо спільної роботи над автомобілями, підключеними до мережі інтернет та сервісами для них. Іншим прикладом міжнародного інноваційного альянсу є співпраця між автомобільними корпораціями BMW, Daimler і General Motors з метою розробки нового типу гібридного автомобіля, що дозволить їм розділити ризики і витрати у цьому радикальному інноваційному проекті. PSA Peugeot-Citroen Toyota сьогодні також тісно співпрацюють у межах спільного підприємства [7].

Іншим варіантом зовнішніх мереж є побудова дослідницьких мереж, які створюються для проведення наукових досліджень. Наприклад, компанія "Siemens" побудувала Technology-to business Centre для налагодження персональних контактів із науковцями, докторантами, приватними підприємцями, державними лабораторіями і корпоративними дослідницькими центрами. Як правило, дослідницькі мережі організуються компаніями на базі технопарків, технополісів, інноваційних центрів. У результаті підприємці мають доступ до інноваційних ідей та можливості їх апробації [3].

Аналізуючи споживачів, виявляючи незадоволені існуючі або потенційні потреби, можна визначити можливості й, таким чином, розробляти нові підходи до інновацій і сервісів. Підтримка клієнтів, комунікації із клієнтами, робота з відгуками та пропозиціями, створення вертикально інтегрованих систем – потребують інноваційних рішень.

Аналіз контактних аудиторій може також розширити можливості пошуку й реалізації інновацій, а саме комунікації з персоналом, ЗМІ, громадськими організаціями, зацікавленими особами, науковцями можуть бути джерелом інноваційних ідей. Таким чином, компанії мають змогу будувати **внутрішні** (посилення внутрішнього співробітництва організаційних підрозділів компанії) і **зовнішні** інноваційні мережі.

Компанії можуть вирішити проблему креативного потенціалу шляхом **побудови зовнішніх мереж**. Прикладом може бути мережа, що створена з метою вирі-

шення певної проблеми. Інноваційна мережа, побудована у компанії "Procter&Gamble", включає технологів, постачальників, дослідницькі лабораторії й торговельні підприємства. Фармацевтична компанія "Eli Lilly" також використовує можливості використання зовнішньої мережі через розроблений компанією Web-сайт, спрямований на пошук інноваційних рішень (www.innocentive.com). Подібні сайти використовують провідні компанії для пошуку рішень технічних або наукових проблем. У процесі обговорення дискусійних питань в он-лайн режимі зареєстровані на сайті користувачі можуть пропонувати інноваційні рішення проблем, за що мають можливість отримати фінансову винагороду.

3. Інноваційна інфраструктура ринку. Вагоме місце серед зовнішніх чинників інноваційного розвитку підприємства займає стан розвитку інноваційної інфраструктури ринку та використання підприємством можливостей прискорення інноваційних процесів через включення у різні форми інтеграції науки й технологій, форми інноваційного співробітництва. У цьому контексті модель інноваційного розвитку підприємства передбачає запровадження інноваційного співробітництва, інноваційних альянсів у формі цілеспрямованого науково-технічного співробітництва, розробки ефективних механізмів інноваційного співробітництва всередині фірми і створення мереж, які пов'язують фірму з її оточенням (іншими фірмами, інкубаторами бізнесу, інноваційними центрами, центрами трансферу технологій, дослідницькими лабораторіями, науково-дослідними інститутами, науковими й технопарками, технополісами, інноваційними кластерами, інноваційними банками, вільними науково-технічними зонами тощо).

Наукові парки, як сучасна форма інтеграції науки та промисловості, забезпечує інтеграційну взаємодію підприємств і установ, підвищення конкурентноздатності та ефективності учасників, запровадження високої культури інновацій. У законодавстві України науковий парк – це юридична особа, що створюється з ініціативи вищого навчального закладу та/або наукової установи шляхом об'єднання внесків засновників для організації, координації, контролю процесу розроблення і виконання проектів наукового парку. Отже, науковий парк керує потоком знань і технологій між університетами, науково-дослідними інститутами, підприємствами та ринками; сприяє створенню і зростанню інноваційних підприємств шляхом переміщення їх в інкубатори і передання їм частини активів; надає високоякісне приміщення, устаткування, консультаційні, бухгалтерські, аудиторські, юридичні та інші послуги. В Україні станом на початок 2017 р. працює 22 наукових парки [8], серед яких корпорація "Науковий парк Київський університет імені Тараса Шевченка", місія якого полягає у просуванні та комерціалізації інтелектуальних R&D і технологічних проектів у галузі теоретичних і прикладних наук [9].

Технопарк являє собою територію, що забезпечена матеріальними активами й умовами для розміщення компаній, науково-дослідних інститутів та лабораторій, проведення наукових досліджень і розробки технологій з метою комерціалізації їх результатів. Основною метою технопарків є проведення наукових досліджень, розробка та комерціалізація результатів, а також скорочення термінів запровадження наукових ідей у практику. Першим у світі технопарком став Стенфордський дослідницький парк – високотехнологічний кластер. Усього у світі діє більш ніж 700 технопарків, у т. ч. 42 % – у США, 34 % – у країнах Європейського Союзу, 11 % – у Китаї. У технопарках зареєстровано дочірні компанії та філіали найбільших ТНК, наприклад, у "Кремнієвій долині" зареєстровано компанії

Symantec, Intel, Hewlett-Packard, eBay, Google, Apple Inc., AMD, CiscoSystems, NVIDIA, Yahoo тощо.

Технопарки є зонами економічної активності, які поєднують потенціал промислових підприємств із університетами, науково-дослідними структурами та суб'єктами інноваційної інфраструктури регіонального, загальнодержавного й міжнародного рівнів. Головною метою діяльності технологічних парків є створення організаційних засад виконання проектів із розробки та виробничого запровадження наукоємних розробок, високих технологій і забезпечення промислового випуску конкурентоспроможної на світовому ринку продукції. У технопарках відбувається концентрація наукових, виробничих та фінансових ресурсів, що дозволяє забезпечити ефективну реалізацію інноваційних проектів на всіх етапах життєвого циклу інновацій.

В Україні формування системи технопарків розпочалося у 2000 р. реєстрацією таких технологічних парків, як Інститут монокристалів та Інститут електрозварювання імені Є. О. Патона. Згодом з'явилися: Вуглемаш (2001), Напівпровідники, Інститут технічної теплофізики, Укрінфотех (2002), Київська політехніка та Інтелектуальні інформаційні технології (2003) тощо. На сьогодні в Україні вже зареєстровано 12 технопарків та ще чотири проходять процедуру реєстрації [10].

У світі та в Україні також активно розвиваються **індустріальні парки**. Інноваційним підприємствам доцільно ставати ініціаторами їхнього створення та учасниками. Індустріальний парк (ІП) – це облаштована відповідною інфраструктурою територія, у межах якої учасники ІП можуть здійснювати господарську діяльність у сфері переробної промисловості, науково-дослідну діяльність, діяльність у сфері інформації й телекомунікацій. Вигоди для учасників – мінімізація витрат матеріальних, фінансових, трудових і часових ресурсів, необхідних для започаткування господарської діяльності, включаючи її **інноваційну** складову, можливість отримання послуг, пов'язаних із забезпеченням господарської діяльності від керуючої компанії. Станом на 25.10.2017 р. в Україні створено 33 індустріальних (промислових) парків, із яких 28 – включено до Реєстру індустріальних. Зокрема, ТОВ "Індустріальний парк ПАТРІОТ" включає діяльність 100 учасників, яким надає приміщення площею 10 тис. кв. м. Новий промислово-технологічний парк "КІЇВЩИНА" (2017) створено для сприяння підприємствам, що працюють у сфері переробки сільськогосподарської продукції, легкої промисловості, виробництва машин і устаткування, логістики, сервісного обслуговування, а також для надання інших видів послуг [11].

Значна кількість розвинених країн іде шляхом створення наукових, високотехнологічних та індустріальних парків як точок економічного інноваційного зростання. Наприклад, у Туреччині більше 290 індустріальних парків, близько 30 % економіки Китаю перебуває у вільних економічних зонах та індустріальних парках, у Польщі – 81 індустріальний парк і 14 вільних економічних зон. Тому підприємства цих країн мають можливості використовувати інноваційну інфраструктуру для ефективного інноваційного зростання.

Сучасною у світовій економіці формою розвитку інноваційної інфраструктури та інноваційного співробітництва є формування національних і міжнародних **інноваційних кластерів**. Підприємствам рекомендується виступати ініціаторами створення нових інноваційних кластерів, уключатися в діяльність існуючих кластерів заради прискорення інноваційних процесів та отримання кластерних економічних ефектів в інноваційній діяльності.

Перспективним елементом інноваційної інфраструктури є **технологічні платформи (ТП)**, що являють

собою комунікаційний механізм взаємодії всіх зацікавлених сторін, спрямований на створення перспективних комерційних технологій, нових продуктів/послуг, об'єднання інтелектуальних та фінансових ресурсів, залучення додаткових ресурсів для проведення НДДКР. Технологічні платформи є новою формою державно-приватного партнерства в інноваційній сфері та інструментом взаємодії бізнесу, науки, освіти, держави й громадянського суспільства. Роль ТП полягає в генерації науково-технологічних *ініціатив* на основі пропозицій наукового і технологічного суспільства, пропозицій держави по стратегічних та критичних напрямках розвитку економіки країни, *запитів бізнесу* на високотехнологічну продукцію, а також ініціатив у галузі освіти. Технологічні платформи можуть стати ефективним інструментом розробки та швидкої реалізації економічно обґрунтованих інноваційних програм.

Європейську практику створення ТП було започатковано у 2001 р. шляхом створення першої ТП – Advisory Council for Aeronautics Research in Europe. На сьогодні в ЄС діє 36 ТП у більш ніж семи галузях науково-технологічного розвитку [12]. Європейські ТП мають гнучку мережеву організаційну структуру, що відкрита стосовно зовнішнього середовища. Європейські ТП надають інфраструктуру для всіх зацікавлених промислових підприємств з метою визначення пріоритетів у R&D, розробки тимчасових рамок і планів дій по стратегічно важливих напрямках.

Керуючись досвідом країн ЄС в Україні, у 2012 р. створено першу технологічну платформу УНТП "Агропродовольча" для зміцнення інноваційного потенціалу та забезпечення ефективності інвестицій в аграрні науки дослідження. Ця ТП містить 12 тематичних кластерів, є членом міжнародних мереж Food Cluster Initiative (FCI), IFR – Food & Health Network (для науковців), ComNet (для промисловості). Також в Україні створено ще дві перспективні ТП: "Передові матеріали і технологічні процеси їх отримання" та "Інтелектуальна об'єднана електроенергетична система України". Важливу роль при цьому в Україні відіграють Національні контактні пункти Рамкової програми ЄС із науки та інновацій "Горизонт 2020", які є інформаційно-комунікаційними осередками, здатними спрямовувати свою діяльність на широке коло інтересантів європейських дослідницьких та інноваційних програм як із посеред бізнес-структур, так і серед дослідників, фінансових та державних установ тощо. Отже, технологічні платформи є інструментом формування та реалізації інноваційного потенціалу підприємств, їх інтеграції в міжнародний простір, розвиток ТП впливає на формування моделі інноваційного розвитку підприємства. Підприємствам слід виступати ініціаторами створення ТП, включатися в їхню діяльність, а державі – стимулювати до участі в ТП усіх суб'єктів інноваційного процесу.

За рівнем розвитку інноваційної інфраструктури Україна займає 89 місце у світовому рейтингу згідно зі звітом "Глобальний індекс інновацій 2018" серед 126 країн світу [13]. Не дивлячись на позитивну динаміку за цим фактором (зростання на 10 позицій порівняно із 2016 р.), рівень розвитку інфраструктури в міжнародних порівняннях є недостатнім для створення сприятливих умов для інноваційної активності підприємств України. Слабкими показниками інфраструктурного забезпечення інновацій України є, зокрема, низький рівень використання інформаційно-комунікаційних технологій (95 місце), електронного урядування (70 місце), ефективність використання енергетичних ресурсів (113 місце), рівень розвитку загальної та логістичної інфраструктури.

Також, в Україні низький рівень інституційного розвитку, несприятливе регуляторне та бізнес-середовище, недосконаліми є законодавча база та

методи державної підтримки інноваційного розвитку, високий рівень політичної нестабільності, погіршився показник умов започаткування бізнесу. Разом із тим, позитивним є зростання загальної позиції України у глобальному рейтингу інновацій із 50-го місця до 43-го. За станом розвитку інноваційних ресурсів та інноваційного потенціалу (Input rank) Україна займає 75 місце (77 у 2017 р.), за результативністю інновацій (Output rank) – 35 місце (40 у 2017 р.). Високий рівень результативності інновацій забезпечується такими досягненнями: патенти на корисні моделі (перше місце), торговельні марки (п'яте місце), промислові зразки (сьоме місце), експорт ІКТ-послуг (15 місце), створення мобільних додатків (19 місце), кількість патентів на винаходи (19 місце) [13].

Високе місце займає Україна за субіндексом інноваційної ефективності (Efficiency ratio) – п'яте місце у світі (11 місце у 2017 р.) [13], що обґрунтовується за співвідношенням субіндексів розвитку інноваційного потенціалу та результативності інновацій. Покращення позицій України дозволяє зробити припущення про перспективи зростання інноваційної діяльності у країні, проте динамічність і високий рівень конкуренції на міжнародному ринку інновацій вимагає потужної роботи на всіх рівнях соціально-економічної системи над усуненням слабких місць у напрямі створення більш сприятливих інституційних, регуляторних, інфраструктурних, фінансово-інвестиційних та інших умов для інноваційної діяльності підприємств і організацій.

Новим домінуючим фактором, що впливає на формування моделі інноваційного розвитку підприємства, є прискорені у світовому просторі процеси цифровізації економіки. Актуальним завданням підприємства є виявлення напрямів застосування інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) для прискорення генерування та втілення інновацій на всіх напрямках діяльності – у виробничій, збутовій та науково-дослідній діяльності. Сучасне підприємство може створювати ІКТ-технології власними силами або через зовнішні замовлення компетентним контрагентам. Застосування ІКТ-технологій в інноваційній діяльності дозволяє зменшити витрати часу та ресурсів, створює можливості комунікацій фахівців у міжнародному інноваційному просторі, можливості формування міжнародних та трансконтинентальних колективів для здійснення мозкових штурмів і знаходження радикальних інноваційних рішень. У зв'язку з цим доцільно включити функцію застосування ІТ в організаційно-управлінські механізми моделі інноваційного розвитку підприємства, або інтегрувати та забезпечити взаємодію тих підрозділів підприємства, на яких покладено функції організації та здійснення інноваційної діяльності з підрозділами інформаційних технологій.

Висновки. Проведене дослідження дає змогу зробити такі висновки. В умовах глобального динамічного висококонкурентного бізнес-середовища та прискореного науково-технічного розвитку перед підприємствами постає завдання посилення інноваційного потенціалу й підвищення ефективності інноваційної діяльності, що вимагає запровадження сучасної системно-інтегрованої моделі інноваційного розвитку підприємства. Ця модель передбачає застосування комплексного підходу до пошуку можливих сфер виникнення інновацій на підприємстві, формування джерел та механізмів генерування й комерціалізації інновацій, комунікації та взаємодії на етапах інноваційного ланцюга.

При формуванні моделі інноваційного розвитку підприємства доцільно керуватися новими механізмами, які відповідають сучасним реаліям та показали вищу ефективність, ніж лінійні інноваційні моделі: інтерактивні, комунікаційні, інтеграційні, коопераційні, мережеві, "відкритих" інновацій. Головним завданням при цьому є здійснення ґрунтового моніторингу й ви-

користання внутрішніх можливостей посилення інноваційного потенціалу підприємства, залучення зовнішніх ідей, запровадження сучасних форм інноваційного співробітництва, інтеграція підприємства в інноваційну інфраструктуру ринку, застосування ІКТ-технологій в інноваційній діяльності, інтеграція в міжнародний інноваційний простір тощо.

У формуванні ефективних механізмів організації та управління інноваційною діяльністю підприємствам рекомендується виступати ініціаторами створення і включатися в діяльність не тільки традиційних, а й новітніх форм інтеграції учасників інноваційного процесу та форм розвитку інноваційної інфраструктури (глобальні центри R&D, інноваційні консорціуми, стратегічні інноваційні альянси, наукові, індустриальні й технологічні парки, технополіси, інноваційні кластери, технологічні платформи і т. п.).

Імплементація запропонованої моделі дозволить удосконалити організацію та управління інноваціями на підприємстві, забезпечить зростання економічної ефективності інноваційної діяльності, підвищення конкурентних переваг підприємств на внутрішніх і міжнародних ринках за інноваційними факторами.

Дискусія. Необхідні дослідження з оцінки позитивних результатів та проблем діяльності українських інноваційних структур, у т. ч. технологічних платформ, у контексті досягнення ними мети та завдань їх створення, таких, як ефективна інтеграція науки та бізнесу в інноваційному процесі та інтеграція в світовий інноваційний простір. Подальші наукові дослідження з даної проблематики полягають в поглибленому дослідженні євроінтеграційних можливостей для інноваційного розвитку українських підприємств та розробці інвестиційно-фінансових практичних механізмів їх реалізації як складової моделі інноваційного розвитку підприємства.

Список використаних джерел:

1. *Godin Benoit*. The Linear Model of Innovation: The Historical Construction of an Analytical Framework. *Science / B. Godin // Technology & Human Values*. – 2006. – 31. – pp. 639-667. DOI: <https://doi.org/10.1177/0162243906291865>.
2. *Rothwell Roy*. Towards the Fifth-generation Innovation Process. *R. Rothwell // International Marketing Review*. – 199. – Vol. 11. – No. 1. – pp. 7-31. DOI: <https://doi.org/10.1108/02651339410057491>.
3. *Tidd J*. Managing innovation: Integrating technological, market and organizational change, 3rd ed. / *J. Tidd, J. Bessant and K. Pavitt // John Wiley & Sons*. – 2005. – 602 p.
4. *Porter M. E.* Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. / *M. E. Porter*. – New York: Harvard Business Review, 1985. – p. 38.

T. Nagachevskaya, канд. экон. наук, доц.,

O. Prygara, канд. экон. наук, доц.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, Україна

МОДЕЛЬ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Раскрыты сущность и виды модели инновационной развития предприятия. Приведена сравнительная характеристика моделей инновационного развития предприятия. Предложен подход к формированию инновационной модели развития предприятия через системную интеграцию факторов внутренней и внешней среды деятельности предприятия. Выявлены источники инновационных идей в контексте внутренней среды – на звеньях цепи создания стоимости на предприятии, а также в рамках внешней среды. Раскрыты направления использования возможностей развитой инновационной инфраструктуры для эффективной организации инновационного процесса на предприятии. Обоснованы практические рекомендации для предприятий по моделированию и совершенствованию организационно-управленческих механизмов инновационной деятельности для ускорения экономического развития.

Ключевые слова: модель, предприятие, инновационное развитие, источники инновационных идей, механизмы инновационной деятельности.

T. Nagachevskaya, PhD in Economics, Associate Professor,

O. Prygara, PhD in Economics, Associate Professor

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

MODEL OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF A MODERN ENTERPRISE

The article explores nature and types of models for enterprise innovative development and presents their comparative analysis. The approach is proposed to build up the innovative model of enterprise development by integrating internal and external environmental factors of the enterprise. The sources of innovative ideas in the context of the internal environment are found at the links of the chain of value creation at the enterprise, as well as within the external environment. The study exposes ways of using advantages of the developed innovative infrastructure for the effective organization of the innovation process at an enterprise. Practical recommendations are made for the enterprises to model and improve their organizational mechanisms of innovation activity aimed at enhancing economic development.

Keywords: model, enterprise, innovative development, sources of innovative ideas, mechanisms of innovation activity.

5. Сайт групи компаній Bosch [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bosch.ua/language1/for-journalists/press/innovation-automotive/index.html>.

6. *Болдирева Л. М.* Інновації в логістиці: теоретико-методологічні та практичні аспекти / *Л. М. Болдирева [Електронний ресурс]*. – Режим доступу: www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Ekonk/2011./1_2011.pdf.

7. Innovation alliances. Research in Germany [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.research-in-germany.de/research-landscape/gro/networks-and-clusters/41832/10-3-innovation-alliances.html>.

8. Наукові парки України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mon.gov.ua/activity/innovacijna-diyalnist-ta-transfer-texnologij/naukovi-parki/pro-naukovi-parki.html>.

9. Корпорація "Науковий парк Київський університет імені Тараса Шевченка" [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://scp.knu.ua/ua/pro-korporatsiiu>.

10. Про технологічні парки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mon.gov.ua/activity/innovacijna-diyalnist-ta-transfer-texnologij/iii.-texnologichni-parki/pro-texnologini-parki.html>.

11. Індустріальні парки в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=6463d3ba-aa13-4e54-8db9-0f36642c43d9&tag=IndustrialniParkiUkraini>.

12. Инновационный менеджмент: учебник для академического бакалавриата / *С. В. Мальцева и др.*; под ред. *С. В. Мальцевой*. – М.: изд-во Юрайт, 2014. – 527 с.

13. The Global Innovation Index 2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.globalinnovationindex.org/gii-2018-report>.

14. Бажал Ю. М. Розвиток інноваційної діяльності у знаньєвому трикутнику "держава – університети – промисловість" / *Ю. М. Бажал // Економіка і прогнозування*. – 2015. – № 1. – С. 76–88. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econprog_2015_1_8.

15. Ілляшенко С. М. Управління інноваційним розвитком промислових підприємств: моногр. / *С. М. Ілляшенко, О. А. Біловодська*. – Суми: Університетська книга, 2010. – 281 с.

16. Маркетинг: підручник / *А. О. Старостіна, Н. П. Гончарова, Є. В. Криківський та ін.*; за ред. *А. О. Старостіної*. – К.: Знання, 2009. – 1070 с.

17. Нагачевська Т. В. Сучасні тенденції управління інноваціями в міжнародній економіці / *Т. В. Нагачевська // Вісн. Київ. ун-ту. Економіка*. – 2000. – Вип. 43. – С. 6–10.

18. Федулова Л. І. Концептуальні засади формування інноваційної системи підприємств / *Л. І. Федулова // Актуальні проблеми економіки*. – 2014. – № 10. – С. 195–205. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape_2014_10_26.

19. Черваньов Д. М. Інновації та конкурентоспроможність: механізми впливу на мікро- та макроекономічному рівнях / *Д. М. Черваньов, О. І. Жилинська // Інновації та конкурентоспроможність: проблеми науки та практики: моногр. ; за заг. ред. М. О. Кизима, В. С. Пономаренка*. – Х.: ВД "ІНЖЕК", 2012.

20. Prygara O. Innovation Strategy of an Industrial Enterprise: Marketing Aspect / *O. Prygara, L. Yarosh-Dmitrenko // European Applied Sciences. Germany*. – 2013. – 4 (2). – pp. 114–115.

21. Устименко М. В. Міжнародні кластери у підвищенні інноваційного рівня господарської діяльності суб'єктів підприємництва / *М. В. Устименко // Вісн. Київ. ун-ту. Економіка*. – 2015. – Вип. 173. – С. 59–65. DOI: <http://dx.doi.org/10.17721/1728-2667.2015/173-8/9>.

Received: 24/02/2018

1st Revision: 21/05/2018

Accepted: 18/09/2018

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

References (in Latin): Translation / Transliteration / Transcription

1. Godin Benoit, 2006. The Linear Model of Innovation: The Historical Construction of an Analytical Framework. *Science, Technology & Human Values*, 2006, 31, pp.639-667. DOI: <https://doi.org/10.1177/0162243906291865>.
2. Rothwell Roy, 1994. Towards the Fifth-generation Innovation Process: *International Marketing Review*, Vol.11, No 1, 1994, pp.7-31. DOI: <https://doi.org/10.1108/02651339410057491>.
3. Tidd, J., Bessant, J. and Pavitt, K., 2005. *Managing innovation: Integrating technological, market and organizational change, 3rd edition*. John Wiley & Sons. – 602 p.
4. Porter M. E., 1985. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. – New York: Harvard Business Review, p. 38.
5. Bosch Group of Companies Website. – Source: <http://www.bosch.ua/language1/for-journalists/press/innovation-automotive/index.html>.
6. Boldyreva L.M. Innovations in logistics: theoretical-methodological and practical aspects. – Source: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/Ekonk/2011.../1_2011.pdf.
7. Innovation alliances. Research in Germany.- Source: <http://www.research-in-germany.de/research-landscape/rpo/networks-and-clusters/41832/10-3-innovation-alliances.html>.
8. Science parks of Ukraine. – Source: <http://mon.gov.ua/activity/innovacijna-diyalnist-ta-transfer-texnologij/naukovi-parki/pro-naukovi-parki.html>.
9. Science Parks Kyiv Taras Shevchenko University. – Source: <https://scp.knu.ua/ua/pro-korporatsiiu>.
10. About technological parks. – Source: <http://mon.gov.ua/activity/innovacijna-diyalnist-ta-transfer-texnologij/iii.-texnologichni-parki/pro-texnologichni-parki.html>.
11. Industrial parks in Ukraine. – Source: <http://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=6463d3ba-aa13-4e54-8db9-0f36642c43d9&tag=IndustrialniParkiVUkraini>.
12. Innovative Management: Textbook for Academic Baccalaureate / S.V.Maltsev [and others], edited by S.V. Maltseva. -M.: Yurayt Publishing House, 2014 – 527 pp.
13. The Global Innovation Index 2017. – Source: <https://www.globalinnovationindex.org/gii-2017-report>.
14. Bazhal Yu.V. Bazhal Yu. M. The Development of Innovation Activity in the Knowledge Triangle "State – Universities – Industry" / Bazhal Yu. M. // *Economics and prognostification*. – 2015. – № 1. – С. 76-88. – Source: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econprog_2015_1_8
15. Ilyashenko S.M. Management of Innovative Development of Industrial Enterprises: Monograph / S.M. Ilyashenko, O. A. Belovodskaya. – Sumy: University book, 2010. – 281 c.
16. Marketing/ Starostina A.O., Goncharova N.P., Krykavsky E.V. and others; ed.by Starostina A.O.- K.: Znannya, 2009. – 1070 c.
17. Fedulova L.I. Conceptual Principles of the Formation of the Innovation System of Enterprises / L.I.Fedulova // *Actual Problems of Economics*. – 2014. – No. 10. – P. 195-205.- Source:http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape_2014_10_26.
18. Chervanov D.M., Zhylinska O.I. Innovations and Competitiveness: Mechanisms of Influence on the Micro- and Macro-economic Levels // *Innovations and Competitiveness: Problems of Science and Practice: monograph / under the constituents*. Ed. Dr. Econ. Sciences, prof. Kyzyma M.O., Dr. Econ. Sciences, prof. Ponomarenko V. S. Kh.: V.D."INZHEK", 2012.
19. Nagachevskaya T.V. Modern Trends in Management of Innovations in the International Economy / Nagachevskaya T.V. // *Bulletin of the Taras Shevchenko National University of Kyiv. Economy*. – 2000. -№. 43.- p.6-10.
20. Prygara O., Yarosh-Dmitrenko L. Innovation Strategy of an Industrial Enterprise: Marketing Aspect // *European Applied Sciences*. Germany, 4 (2), 2013, – pp. 114-115.
21. Ustyomenko M.V. International clusters in raising the innovative level of economic activity of business entities / Ustyomenko M.V. // *Bulletin of the Taras Shevchenko National Taras Shevchenko University of Kyiv / Taras Shevchenko Kyiv National University. Economy*. – 2015. – № 173. – p. 59-65. DOI: <http://dx.doi.org/10.17721/1728-2667.2015/173-8/9>.

Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Economics, 2018; 5(200): 41-50

УДК 339.97

JEL classification: F 01, F 15

DOI: <https://doi.org/10.17721/1728-2667.2018/200-5/6>

С. Сардак, д-р екон. наук, доц.

ORCID iD 0000-0002-4716-3355

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Дніпро, Україна,

С. Радзівська, канд. екон. наук, доц.

ORCID iD 0000-0002-3680-7952

Державний університет інфраструктури та технологій, Київ, Україна

ПЕРСПЕКТИВИ УКРАЇНИ В ПРОЦЕСАХ РЕГІОНАЛІЗАЦІЇ ТА ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Визначено стан участі України у процесах регіоналізації та глобалізації. Висвітлено, що сучасним головним завданням участі України у процесах регіоналізації та глобалізації є отримання статусу повноправного члена ЄС, що є актуальним у зв'язку з підписанням угоди про асоціацію з ЄС та прийняттям експортної стратегії збільшення українського товарного експорту з одночасним покращенням його товарної структури. На основі системного підходу і використання порівняльного аналізу опрацьовано міжнародні статистичні дані та матеріали української державної служби статистики. Запропоновано напрями розширення інтеграційних зв'язків. Визначено пріоритетні ринки для експорту товарів України у країни ЄС, Азії, Америки та Африки.

Ключові слова: регіоналізація; глобалізація; зона вільної торгівлі; експорт; ЄС; Україна; повноправний член ЄС.

Постановка проблеми. Регіоналізація світової економіки посилює процеси міжнародного поділу праці, викликаючи необхідність активізації трансформаційних зрушень у напрямках підвищення інтенсивності товарних потоків між країнами. В умовах загострення проблеми забезпечення виробництва ресурсами й посилення необхідності збереження довкілля, країни світу змушені пристосовувати свою виробничу, а відповідно, і зовнішньоторговельну діяльність до тих вимог, які створюються внаслідок економічних процесів, що розгортаються на глобальному та регіональному рівнях. Своєчасне розуміння цих вимог і прийняття відповідних рішень є імперативом розвитку країн у глобальній та регіональних економічних системах.

Із 1 вересня 2017 р. набула чинності Угода про асоціацію між Україною та ЄС. Це є логічним розгортанням інтеграційних процесів, які планується активізувати до 2020 р. за рахунок адаптації до економічних умов функціонування ЄС (Копенгагенських критеріїв), що дозволить реально претендувати на членство в ЄС. Оскільки ЄС є найрозвиненішим інтеграційним об'єднанням світу та одним із трьох провідних центрів глобального розвитку (США, ЄС та Азійсько-Тихоокеанський регіон), то повноправне членство в ЄС слід розглядати як найвищий рівень участі України у процесах регіоналізації та глобалізації. Досягнення стану повноправного члена ЄС відкриває для України можливість її включення до всіх тих угод, які уклав ЄС. Одночасно у разі вступу України до ЄС наслідком стає те, що всі