Міністерство аграрної політики та продовольства України
Харківський національний аграрний університет
ім. В.В. Докучаєва

Н.І. Шиян

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА

Навчальний посібник

Харків–2019

УДК 658.001.76(075.8)
Ш55

Рекомендовано до видання Вченою радою
Харківського національного аграрного університету
ім. В.В. Докучаєва
протокол № 7 від 19 червня 2019 р.

Рецензенти:
Пасемко Г.П., завідувач кафедри економічної теорії, доктор з державного управління, професор, Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва;
Строкович Г.П., доктор економічних наук, професор кафедри менеджменту, логістики та економіки, Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця;
Страпчук С.І., кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту і адміністрування, Національний фармацевтичний університет

Шиян Н.І.
Ш 55 Інноваційний розвиток підприємства: навч. посіб. / Н.І. Шиян; Харків. нац. аграр. ун-т ім. В.В. Докучаєва. – Харків, 2019. – 232 с.

ISBN

Викладено теоретичний матеріал, контрольні питання, тестові завдання з дисципліни «Інноваційний розвиток підприємства». Теоретична частина вміщує узагальнений курс з інноваційного розвитку підприємства.

Для здобувачів усіх рівнів вищої освіти і викладачів вищих навчальних закладів, фахівців, що займаються питаннями інновацій.

УДК 658.001.76(075.8)

© Шиян Н.І., 2019
© Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва, 2019

ISBN

ЗМІСТ

Вступ	3
Тема 1. Інновації і циклічність економічного розвитку	4
1.1. Поняття, ознаки інновацій, їх класифікація	4
1.2. Теорії економічної рівноваги та зростання, їх зміст	8
1.3. Циклічність економічного розвитку	15
Контрольні питання	18
Тестові завдання	18
Тема 2. Ключові поняття інноваційного розвитку	21
2.1. Сутність і класифікація напрямків інноваційного розвитку підприємств	21
2.2. Вибір напрямків інноваційного розвитку	24
Контрольні питання	28
Тестові завдання	29
Тема 3. Вимірювання рівня інноваційного розвитку та чинники його формування	32
3.1. Підходи до вимірювання рівня інноваційного розвитку підприємства	33
3.2. Чинники формування рівня інноваційного розвитку підприємства	36
Контрольні питання	41
Тестові завдання	41
Тема 4. Сучасні організаційні форми інноваційного розвитку	44
4.1. Організаційні форми інноваційного розвитку	44
4.2. Міжфірмова науково-технічна кооперація в інноваційних процесах	53
4.3. Підходи до організації інноваційної діяльності	56
Контрольні питання	59
Тестові завдання	60
Тема 5. Глобальні науково-технічні та інформаційні комунікації в інноваційній сфері	63
5.1. Інформаційне суспільство: суть, ознаки	63
5.2. Сучасна інформатизація суспільства та її вплив на інноваційні процеси	66
5.3. Окремі аспекти застосування комунікаційних технологій в трансферті технологій	70

Контрольні питання	77
Тестові завдання	77
Тема 6. Інфраструктура ринку інновацій	80
6.1. Склад та структура інноваційної інфраструктури та ринку інновацій	80
6.2. Інституційні механізми інноваційних процесів	82
Контрольні питання	87
Тестові завдання	87
Тема 7. Державна підтримка інноваційного підприємництва	89
7.1. Необхідність державної підтримки інноваційних процесів	89
7.2. Держава як головний суб'єкт підтримки інноваційного підприємництва	95
Контрольні питання	111
Тестові завдання	111
Тема 8. Національні інноваційні системи	115
8.1. Національна інноваційна система: суть, складові	115
8.2. Національні інноваційні системи країн світу	119
Контрольні питання	122
Тема 9. Маркетинг інновацій	124
9.1. Маркетинг інновацій: суть, завдання	124
9.2. Маркетингові стратегії інноваційних товарів	126
Контрольні питання	132
Тестові завдання	133
Тема 10. Стратегії та бізнес-моделі інноваційного розвитку підприємства	134
10.1. Інноваційні стратегії підприємств, їх рівні	134
10.2. Бізнес-моделі інноваційного розвитку підприємств	139
Контрольні питання	145
Тестові завдання	145
Тема 11. Інноваційний потенціал підприємства	147
11.1. Інноваційний потенціал підприємства: суть, структура, підходи до оцінки	147
11.2. Інтелектуальний потенціал України та методичні підходи до оцінки інтелектуальних активів	155
Контрольні питання	162
Тестові завдання	162

Тема 12. Інвестиційне забезпечення інноваційного розвитку	165
12.1. Інвестиційне забезпечення інноваційного розвитку підприємства: стан, проблеми	165
12.2. Підходи до оцінки інвестиційної привабливості підприємства	167
12.3. Практичні аспекти обґрунтування використання інновацій на підприємстві	178
Контрольні питання	180
Тестові завдання	180
Тема 13. Ризики в інноваційній діяльності та управління ними	182
13.1. Ризики у діяльності суб'єктів господарювання	182
13.2. Оцінка чинників і наслідків ризиків	187
Контрольні питання	193
Тема 14. Охорона прав інтелектуальної власності як складова економічної безпеки інноваційної діяльності	194
14.1. Охорона прав інтелектуальної власності на міжнародному рівні	194
14.2. Національна система охорони інтелектуальної власності	213
Контрольні питання	217
Тестові завдання	217
Глосарій термінів	220
Список використаних та рекомендованих джерел	225

ВСТУП

До основних завдань вивчення дисципліни «Інноваційний розвиток підприємства» належать: вивчення механізмів управління інноваційним розвитком економічних систем, забезпечення результативності формування та використання інноваційного потенціалу підприємств, ефективністю інвестування в інновації; набуття вмінь обґрунтовувати напрямки пріоритетного інноваційного розвитку та альтернативних варіантів управлінських рішень.

Дисципліна «Інноваційний розвиток підприємства» орієнтована на формування у студентів таких компетентностей:

- уміння обґрунтовувати напрями пріоритетного інноваційного розвитку з урахуванням потреб та особливостей національної економіки;
- уміння систематизувати маркетингову інформацію для відбору цільових ринків, вимірювання і прогнозування попиту, позиціювання інноваційного товару;
- набуття практичних навичок оцінювати стан, динаміку, ефективність використання інноваційного потенціалу підприємства та обґрунтовувати пріоритетні напрямки його нарощування;
- уміння розробляти та обґрунтовувати управлінські рішення щодо забезпечення ефективності інноваційного розвитку суб'єктів господарювання;
- уміння ідентифікувати та оцінювати ризики інноваційної діяльності, а також контролювати їхній рівень засобами ризик-менеджменту;
- уміння економічно обґрунтовувати вибір способу охорони прав інтелектуальної власності підприємства.

Підготовлений навчальний посібник включає 14 тем, які передбачені нормативною програмою дисципліни, а також доповнений розглядом питань щодо специфіки розгляду інноваційного розвитку в підприємствах аграрної сфери економіки.

Кожна тема починається з огляду головних питань, розкритих в ній, а завершується переліком питань для самоперевірки засвоєних знань, переліком літературних джерел, зразковими тестовими питаннями з теми.

Тема 1. ІННОВАЦІЇ І ЦИКЛІЧНІСТЬ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

1.1. Поняття, ознаки інновацій, їх класифікація
1.2. Теорії економічної рівноваги та зростання, їх зміст
1.3. Циклічність економічного розвитку

1.1. Поняття, ознаки інновацій, їх класифікація

Відповідно до Закону України «Про інноваційну діяльність» під *інноваціями* розуміють новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукцію або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери.

Сучасні підприємства будь-якої галузі економіки в своїй діяльності зорієнтовані на активне використання інновацій. Саме інновації розглядаються як чинники, що створюють конкурентні переваги, сприяють збільшенню кількості споживачів, підвищують рівень доходності виробництва, і як наслідок – його прибутковість.

Основою утворення інновацій є новації. *Новація* – це продукт інтелектуальної діяльності людей, оформлений результат фундаментальних, прикладних чи експериментальних досліджень в будь-якій сфері людської діяльності, спрямований на підвищення її ефективності. Прикладом новацій можуть бути відкриття, винаходи, нові або вдосконалені процеси, структури, методики, стандарти, результати маркетингових досліджень.

Для усвідомлення цінності новації, доцільності її впровадження, необхідний певний час. Період між появою новації і її впровадженням називають *часовим лагом* (рис. 1.1).

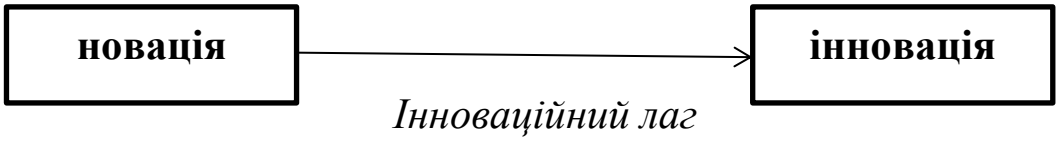

Рис. 1.1. Перехід новацій в статус інновацій

Часовий лаг може бути різним. Наприклад, в 1854 р. було винайдено новий хімічний елемент – алюміній – легкий, ковкий, менш,

ніж інші метали схильний до корозії. Між тим він не знайшов практичного використання. Лише через 100 років після другої світової війни алюміній став активно використовуватися у формі сплавів для посуду, при побудові крил літака. Часовий лаг в даному випадку становив майже 100 років.

Зменшення часового лагу є можливим у тому випадку, якщо суспільство, його технологічний уклад та споживач будуть готові до використання новації.

Використання інновацій в процесі діяльності підприємств отримало назву інноваційної діяльності. *Інноваційною вважається діяльність,* спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень і розробок, яка зумовлює випуск на ринок нових конкурентоспроможних товарів і послуг.

До основних видів інноваційної діяльності належать:

- фундаментальні дослідження;
- прикладні дослідження;
- дослідно-конструкторські розробки;
- дослідно-експериментальні розробки;
- організаційно-економічна робота;
- промислове виробництво нових товарів та ін.

Об'єктом інноваційної діяльності є інновації. Під інноваційними продуктами розуміють:

- нові знання та інтелектуальні продукти;
- виробниче обладнання та процеси;
- інфраструктура виробництва і підприємництва;
- організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру;
- сировинні ресурси, засоби їх видобування і переробки;
- товарна продукція;
- механізм формування споживчого ринку і збуту товарної продукції та ін.

До суб'єктів інноваційної діяльності належать фізичні і (або) юридичні особи України, фізичні і (або) юридичні особи іноземних держав, особи без громадянства, об'єднання цих осіб, які провадять в Україні інноваційну діяльність і (або) залучають майнові та інтелектуальні цінності, вкладають власні чи запозичені кошти в реалізацію в Україні інноваційних проектів.

Сукупність господарських систем, які беруть участь в інноваційному процесі, можна представити у вигляді наступних груп:

1. *Державні господарські системи і управлінські органи:* державні органи (міністерства, комітети, відомства і т. ін.); регіональні, муніципальні органи управління; великі державні підприємства, міждержавні спільні органи управління, підприємства, організації.

2. *Некомерційні безприбуткові наукові і навчальні бюджетні організації:* установи Національної академії наук України, їх відділення і філії, центри, лабораторії, інститути фундаментальних досліджень; державні наукові центри і регіональні бюджетні наукові центри; академічні і галузеві (міжгалузеві) технополіси, експериментальні бази, лабораторії; установи, організації науково-технічної інфраструктури (інформаційні служби, бібліотеки, банки даних); державні і регіональні університети, вищі заклади освіти, навчальні центри, організації підвищення кваліфікації кадрів.

3. *Підприємницькі господарські системи:* об'єднання, концерни, синдикати; промислово-фінансові групи, холдинги; корпорації та фірми; приватні підприємства; комерційні організації, що надають послуги підприємницьким структурам у сфері інноваційної діяльності (консалтинг, лізинг, маркетинг, інжиніринг, реклама, аудит, підготовка і перепідготовка кадрів, бізнес-інкубатори, банківські послуги, страхування, комерційні підприємства ринкової інфраструктури).

4. *Позабюджетні некомерційні безприбуткові організації:* державні і регіональні інноваційні, екологічні, інвестиційні та інші фонди; громадські організації, союзи промисловців, товаровиробників, що фінансуються за рахунок членських внески і коштів спонсорів; благодійні організації.

Об'єкти кожної із груп беруть участь в інноваційному процесі, долучаючись до нього на тому чи іншому етапі. Інноваційні процеси в економіці можуть бути інтенсивними лише за умови активної участі капіталу, який формує мотиваційне поле.

Відповідно до Закону України «Про інноваційну діяльність» інноваційною є продукція, яка відповідає наступним ознакам:

- є результатом виконання інноваційного проекту;
- виробляється (буде вироблена) в Україні вперше, або якщо не вперше, то порівняно з іншою аналогічною продукцією, представленою на ринку, є новою;
- є конкурентоздатною і має суттєво вищі техніко-економічні показники.

Відмінною особливістю інноваційної продукції є те, що такі її складові як знання, інформація, досвід присвоюються не відчужуючись після реалізації, на відміну від матеріально-речових форм такої продукції; наявність особливого людського фактору, інтелект якого здатний нагромаджувати і перетворювати нові знання для її створення; на інноваційну продукцію покладається розв'язання матеріально-технічних і ресурсних проблем сільськогосподарських товаровиробників із мінімальними витратами і максимальними натурально-фінансовими результатами.

Першу класифікацію інновацій розробив Й. Шумпетер. Він виділив:

1. Виробництво невідомого споживачам нового продукту або продукту з якісно новими властивостями;
2. Впровадження нового засобу виробництва, в основу якого покладено нове наукове відкриття або новий підхід до комерційного використання продукції;
3. Освоєння нового ринку збуту певною галуззю промислової країни, незважаючи на те, існував цей ринок раніше чи ні;
4. Залучення нових джерел сировини та напівфабрикатів;
5. Впровадження нових організаційних форм.

В сучасній науці інновації класифікуються і за іншими ознаками.

Класифікація інновацій:

1. За змістом:

- продуктові інновації – орієнтовані на виробництво, використання нових (поліпшених) продуктів у сфері виробництва або у сфері споживання;
- інновації процесу – нові технології виробництва продукції, організації виробництва, управлінських процесів, що дають переваги у витратах, продуктивності, якості;
- ринкові інновації – відкривають нові сфери застосування продукту.

2. За ступенем новизни:

- базові – такі інновації як правило, створюються спеціалізованими науково-дослідними структурами, потребують великих інвестицій. Так, новий спосіб виробництва або раніше невідомий продукт можуть дати імпульс розвитку нової галузі;
- поліпшувальні – пов'язані із упровадженням нових видів виробництв, що реалізують інноваційний потенціал базової інновації. Вони дають змогу поширювати і вдосконалювати базові покоління

техніки, створювати нові моделі машин, матеріалів, поліпшувати параметри продукції, що випускається. Здійснюються поліпшувальні інновації самостійно, якщо потенціал базової інновації реалізований неповністю, їх фінансування відбувається за рахунок власних джерел, наприклад, за рахунок коштів фонду технічного розвитку.

- псевдоінновації – залучаються у технологічний процес з метою затримання зниження норми прибутку, продовження життєвого циклу товару. Здійснюються вони у процесі оперативного управління інноваціями і не потребують значних інвестицій. До псевдоінновацій відносять зміну дизайну товару, способів його фасування, пакування.

1.2. Теорії економічної рівноваги та зростання, їх зміст

Рівновага – це такий стан економічної системи, який характеризує її як єдиний цілісний механізм. Під *економічною рівновагою* розуміють збалансованість та пропорційність різноманітних економічних явищ та процесів, а саме: попиту та пропозиції, витрат виробництва та результатів господарської діяльності, грошових і товарних потоків, тощо. Економічна рівновага відображає той вибір, який влаштовує все суспільство.

Однак економічній системі притаманний рух, оскільки постійно виробляються ще більше товарів та послуг, корисних для людини та суспільства. В такому випадку *економічне зростання* – це рух економіки, її прогрес.

Єдність вирішення завдань економічного зростання в умовах циклічних коливань економіки дає можливість посилювати активний характер їхньої взаємодії в інтересах суспільного прогресу, реалізувати спроможність системи господарювання раціонально використовувати наявні ресурси, створювати максимальний обсяг матеріальних благ і послуг у поточному та перспективному періодах.

Основними показниками економічного зростання є ВВП, ВНД, НД, особистий дохід. На економічне зростання має свій вплив науково-технічний прогрес (НТП). Багато вчених-економістів займалися і займаються дослідженням проблем, пов’язаних саме із цим явищ. Деякі із них, особливо на ранніх стадіях розвитку економічної науки, торкалися відповідних питань. В міру ж розвитку продуктивних сил на основі використання НТП у XX ст. ці питання сталі актуальнішими.

Теорії економічного зростання аналізують чинники і процеси, що забезпечують його динаміку і стабільність, шляхи досягнення

оптимального співвідношення виробництва, нагромадження і споживання, певні особливості відтворення, передусім його циклічний характер. До теорій економічного зростання відносять наступні теорії:

Теорія чинників розвитку. Автори цієї теорії А. Сміт і Т. Мальтус вважали, що чинниками розвитку є праця, капітал та населення. Згідно з цією теорією економікою керує нагромадження капіталу, а випуск продукції забезпечується двома видами витрат – капіталу й праці. При цьому не беруться до уваги вплив розвитку науки, нових технологій на темпи економічного зростання.

Теорія виміру капіталу. Якщо у А. Сміта і Т. Мальтуса кількість праці зростала щодо вартості землі, то в сучасних моделях капітал зростає швидше, ніж праця. З використанням поняття сукупного основного капіталу як загальної вартості засобів виробництва досліджуються наслідки відносного зростання капіталу, або зростання капіталооснащеності. Дохід на капітал зменшується, якщо немає нововведень. Одночасно відносне зростання капіталу відбувається за умов його більш швидкого зростання порівняно з чисельністю населення і кількістю праці.

Теорія тривалої стабільності. Цей стан досягається в моделі нагромадження капіталу, за якого рівні реальної заробітної плати і відсотка постійні, нагромаджується велика кількість виробничих споруд і устаткування при одночасному зростанні доходів.

Теорія технічних нововведень і зростаючого попиту. За цією теорією швидке зростання інвестицій у науку, створення нових технологій, удосконалення системи виробництва зумовлюють зростання доходу на кожну одиницю виробничих витрат. Інвестування забезпечує зростання продуктивності капіталу за умови безперервного науково-технічного прогресу.

Теорія напряму інвестицій. Згідно з нею виділяють переважні вкладення або в капітал, або в працю. Залежно від напряму використання інвестицій розрізняють їх працезберігаючу (збільшується прибуток по відношенню до заробітної плати) або капіталозберігаючу форму (капітал застосовується більшою мірою, ніж праця, підвищуючи заробітну плату щодо прибутку). Нейтральні інвестиції займають проміжне становище.

Основою для розвитку теорій економічного розвитку є праці науковців.

Неокейнсіанство – це подальший розвиток кейнсіанства, що проводить такі ідеї:

- капіталізм втратив стихійних механізм відновлення економічної рівноваги;

- державне регулювання економіки є обов'язковим;

- вплив держави на економічні процеси повинен бути систематичним і прямим, а не лише під час кризового періоду та опосередкованим;

- щоб вирішити проблему зайнятості, треба забезпечити стійкі темпи економічного зростання.

Розробки неокейнсіанців спрямовані на пошуки умов підтримання високих та стабільних темпів економічного зростання, що забезпечують довгострокове завантаження виробництва та працюючого населення.

Особливості методології неокейнсіанства:

- теорія розрахована на модель розширеного відтворення;

- моделі економічного зростання побудовано на основі кількісних взаємозв'язків процесу відтворення, яке є рівняннями нагромадження капіталу;

- метод регулювання приватних і державних інвестицій замінено на метод маневрування державними витратами залежно від економічної кон'юнктури.

Основний внесок представників неокейнсіанства в економічну науку полягав у внесенні елементів динаміки в макроекономічну модель Кейнса і в розробленні проблем економічного циклу і макроекономічного зростання.

Основні принципи неокейнсіанської теорії економічного зростання сформулював *Р. Харрод*. Він побудував спеціальну модель економічного зростання, включивши в неї екзогенну функцію інвестицій, на основі принципу акселератора та очікувань підприємців. Наприклад, підприємці планують обсяг власного виробництва виходячи з ситуації, що склалася в економіці в попередній період. Якщо їхні минулі прогнози щодо попиту виявилися вірними, і попит повністю зрівноважив пропозицію, то в цьому періоді підприємці залишать темпи зростання обсягу випуску незмінними. Якщо попит в економіці вище пропозиції, вони збільшать темпи розширення виробництва.

Розробка неокейнсіанської теорії економічного циклу належить *Елвіну Хансену.* Сам економічний цикл Хансен визначає як коливання зайнятості, обсягу продукції та рівня цін, які здійснюються більш чи менш погоджено. Причина економічних коливань серед чинників, які

викликають певну динаміку реальних інвестицій – кошти, які вкладаються у створення нових капітальних благ.

Ряд положень теорії неокейнсіанства піддавалися критиці. Серед таких положень – виділення тільки одного фактору зростання (нагромадження капіталу) та повне ігнорування інших факторів; ігнорування цінового фактору ринкових відносин; недооцінювання здатності капіталістичної економіки до відновлення економічної рівноваги.

Неокласична школа економічного зростання. Представниками школи є *Дж. Хікс* і П. *Самуельсон. Дж. Хіксу* належить розробка теорії динамічної рівноваги. В її основу науковець поклав чотири групи взаємозалежних ринків: готових товарів, чинників виробництва, послуг і проміжних продуктів. Головним джерелом порушення рівноваги, на його думку, є вплив ефекту прибутку на ринок чинників виробництва: залежність попиту на товар з боку індивідуума від його прибутку.

В концепції Хікса очікування економічних суб'єктів, тобто їх розрахунки на майбутнє, є головною силою, що зумовлює динаміку системи. Зі стану рівноваги економіку виводять неузгоджені очікування окремих суб'єктів, розбіжність реальних результатів і очікувань, раптова зміна очікувань.

П. Самуельсон під економічним зростанням розуміє розвиток національної економіки за певний відрізок часу, який вимірюється або темпами зростання реального обсягу ВВП, національного доходу, або темпами збільшення цих показників у розрахунку на душу населення.

З метою регулювання розвитку економіки П. Самуельсон запропонував поєднати ринкове регулювання з державним впливом на економіку, а саме: в період глибокого спаду використати бюджетні важелі, а в умовах піднесення – кредитно-грошові. Порівнюючи ознаки ринкової і адміністративної економіки, він віддає переваги ринковому механізму, який може автоматично підтримувати економіку в стані рівноваги. Він зазначає, що ринкову економіку підпорядковано дії природних сил і вона є економікою суворого порядку.

Однак на певному етапі виникає необхідність втручання держави, яке має відповідати трьом принципам: бути ефективним, стабільним, справедливим. Цю необхідність зумовлюють виникнення монополій, недосконала конкуренція, загострення економічних та соціальних суперечностей. Дії держави мають спрямовуватися проти

монополізації економіки, на стабілізаційні заходи щодо пом'якшення ділового циклу, стримування безробіття та інфляції, стимулювання економічного зростання.

Посткейнсіанство. Представником теорії є *Дж. Тобін.* Науковець розглядає питання економічної рівноваги через розгляд питань безробіття. Так, він доводить, що безробіття за умов капіталізму буде завжди. Це пояснюється тим, що досконаліші технологічні процеси у виробництві вивільняють працівників, потребують заповнення нових робочих місць більш кваліфікованими працівниками.

Оскільки людські ресурси суспільства природно є обмеженими, тому водночас має місце надлишок робочої сили «старих» професій (на цьому ринку поступово зменшується заробітна плата), нестача робочої сили «нових» професій (на цьому ринку поступово зростає заробітна плата як ціна праці).

Якщо одночасно держава збільшить зайнятість на цих двох ринках праці, тоді різко зросте заробітна плата (маса грошей); за рахунок цього почне «галопувати» інфляція й зростуть ціни; порушиться рівновага між грошима та товарами.

Як наслідок цього, доходить висновку, що для досягнення економічної рівноваги та угамування інфляції є необхідним певний рівень зайнятості на ринку «старих» професій.

Економічне зростання в моделях представників *неолібералізму* досягається за рахунок підвищення ефективності використання існуючих чинників у процесі змін загальних умов господарювання. Вирішальна роль у зміні цих умов належить державі, конкретним формам економічної політики, співвідношенню між економічною свободою та її обмеженням з боку держави.

Згідно з поглядами прихильників неоліберального напряму держава має обмежити свою участь у регулюванні економічних процесів, зняти обмеження на зовнішню торгівлю, валютно обмінні операції, рух капіталів між різними країнами. Постійні зміни економічного законодавства і нестабільність головних орієнтирів економічного розвитку (термінів інфляції, валютного курсу, відсоткових ставок, податків, ввізного та вивізного мита, інших регуляторів) обмежують економічну свободу, знижують підприємницьку активність і уповільнюють в кінцевому підсумку економічне зростання.

Значний внесок у розвиток економічного лібералізму зробили представники *австрійської* (К. Менгер, Л. фон Мізес, Ф. Хайєк, Ф. Махлуп), *чиказької* (Ф. Найт, Дж. Вінер, Г. Саймон, М. Фрідмен, Р. Коуз) та *фрайбурзької* (В. Ойкен, Л. Ерхард) *шкіл*. Економічне зростання в моделях представників неолібералізму досягається за рахунок підвищення ефективності використання існуючих чинників у процесі змін загальних умов господарювання. Вирішальна роль у зміні цих умов належить державі, конкретним формам економічної політики, співвідношенню між економічною свободою та її обмеженням з боку держави.

Аналіз розглянутих теорій економічного зростання засвідчує два моменти: тип економічного зростання залежить від рівня розвитку продуктивних сил і спроможності існуючої системи виробничих відносин ефективно використовувати переваги науково-технічного прогресу, визначати найбільш раціональне співвідношення між фондами споживання і нагромадження у національному доході та підрозділами суспільного виробництва.

Чинники економічного зростання:

- *інноваційні,* пов'язані з оновленням технологій і продукції, використанням інноваційного потенціалу країни, визначенням пріоритетів науково-технічного прогресу;

- *інвестиційні*, що визначаються інвестиційною активністю, ефективністю капітальних вкладень, оновленням виробничих основних фондів та використанням їх, ресурсними обмеженнями з боку інвестиційного комплексу;

- *структурної мобільності економіки,* спроможності її реагувати на зміни в обсягах та структурі суспільних потреб як у поточному, так і в майбутньому періодах.

Кожна група має особливості, що формуються під впливом взаємопов'язаних заходів на макро- та мікроекономічному рівнях, взаємодії держави та підприємницької діяльності.

Вихід із складної ситуації, що склалася в економіці України з дією інноваційних чинників, потребує проведення державної політики, спрямованої на збереження на недопущення подальшого розпаду науково-технічного та інтелектуального потенціалу. Ця політика у поєднанні з структурними зрушеннями, підтримкою пріоритетних галузей господарства, технологій, стратегічних науково-технічних програм зумовить зростання впливу опосередкованих методів стимулювання інноваційної діяльності.

Інноваційні та інвестиційні чинники економічного зростання пов'язані з наявністю та дією довго-, середньо- та короткотермінових циклів. При зростанні ролі ринкового механізму регулювання економічного зростання, посиленні впливу попиту на діяльність виробників види циклів у певний спосіб трансформуються, характеризуючи діяльність одного або кількох підприємств (короткотермінові цикли), дію середньотермінових інвестиційних та відтворювальних циклів на різних рівнях регулювання економіки – індивідуальному, корпоративному, державно-корпоративному, а також зміни в загальнонаціональних довготермінових циклах.

Циклічність впливає на економічне зростання завдяки дії механізму, що індукує довготермінові цикли. Зростання цін у сфері виробництва засобів виробництва в межах 10–20 років активізує пошук нових ресурсів; значно зростає потреба в нагромадженні, яка задовольняється лише за значний проміжок часу. В кінцевому підсумку зростання попиту на інноваційні товари зумовлює заміну діючих технологій новими. Період депресії в середньотерміновому циклі закінчується внаслідок накопичення нових технологій, здатних забезпечити більш ефективне використання наявного потенціалу або дати імпульс до його докорінного оновлення.

Досвід останнього десятиріччя свідчить, що технологічні інновації принципово нового типу прискорюють старіння традиційних галузей та технологій, стимулюючи тим самим економічне зростання.

Взаємозв'язок виробництва, нагромадження і споживання. Економічне зростання значною мірою залежить від пропорцій суспільного відтворення і насамперед від співвідношення між виробництвом, нагромадженням і споживанням. Динаміка співвідношення фонду нагромадження і фонду споживання свідчить про наявність двох протилежних тенденцій. Якщо посилення соціальної орієнтації економіки зумовлює зростання частки споживання у національному доході, то потреби технологічного оновлення матеріальної бази та продукції зумовлюють необхідність високої норми нагромадження. Суперечності між споживанням і нагромадженням – це суперечності між поточними та перспективними потребами, необхідністю економічного зростання і добробуту населення.

Формою вирішення цих суперечностей є визначення такого співвідношення між нагромадженням та споживанням, яке сприятиме економічному зростанню. Це водночас дасть можливість

максимізувати кінцевий продукт, який безпосередньо визначає розміри фонду споживання. Конкретними шляхами досягнення такого співвідношення є зниження ресурсомісткості виробництва, перехід від традиційної науково-технічної або промислової політики до інноваційної, що інтегрує у собі традиційні напрями, а також узгоджується з іншими напрямами економічної політики.

1.3. Циклічність економічного розвитку

Економічний цикл – це послідовність піднесень і спадів економічної активності протягом певного періоду.

Кожний цикл являє собою *певну послідовність*, яка складається з альтернативних фаз, які повторюються одна за одною. Це означає, що кожна з його попередніх фаз повинна мати здатність до відтворення наступних. У підсумку економічний цикл набуває *здатності до самовідтворення*. Крім цього, кожному економічному циклу притаманна *регулярність його проходження.* Все це дає змогу відзначити принципову спільність структури економічних циклів у ринковій економіці, а також більш-менш чітко виражену послідовність фаз.

Оскільки такий рух відбувається хоча й нерівномірно, але безперервно (останні фази попереднього циклу накладаються на перші фази наступного), то динаміка макроекономічних показників має хвилеподібний вигляд: у кінці попереднього і при народженні нового циклу (криза) відбувається погіршення показників; на нижньому рівні (депресія) встановлюється короткочасна рівновага; під час поширення нового економічного циклу (пожвавлення) показники різко зростають; на верхньому рівні піднесення (процвітання, бум) – досягнення рівноваги; потім знову спад (криза) і т. ін.

Початковою фазою економічного циклу є криза. Вона порушує нормальний хід економічного розвитку, а всі наступні фази – відновлюють його. При цьому кожна попередня фаза утворює умови для її власного відмирання та виникнення наступної фази.

Отже, економіка ніколи не перебуває у стані спокою. Піднесення змінюється спадом (кризою). Обсяги валового внутрішнього продукту, зайнятості і виробництва скорочуються. Ціни і прибутки знижуються, а безробіття зростає. За спадом виникає депресія. Зрештою досягається певна критична точка, після якої починається пожвавлення.

Відновлення при цьому може бути повільним або швидким. У цьому випадку рівень виробництва підвищується, а зайнятість зростає.

В міру того як пожвавлення в економіці набирає сили, зростають темпи приросту цін. Після досягнення в економіці повної зайнятості, тобто повного використання виробничих ресурсів, економіка переходить до фази піднесення. Нова смуга піднесення може означати тривалий, стійкий рівень пожвавленого попиту, збільшення кількості вільних робочих місць, підвищення життєвого рівня населення або ж швидке роздування цін і зростання спекуляції, за якими настає нова криза.

Аналіз структури економічних циклів показує, що існує проста картина послідовної зміни фаз циклу. У. К. Мітчелл, учений, який глибоко вивчав економічні цикли, а також багато інших учених-економістів поділяють *цикли* на чотири *фази:* криза, депресія, пожвавлення, піднесення (рис. 1.2).

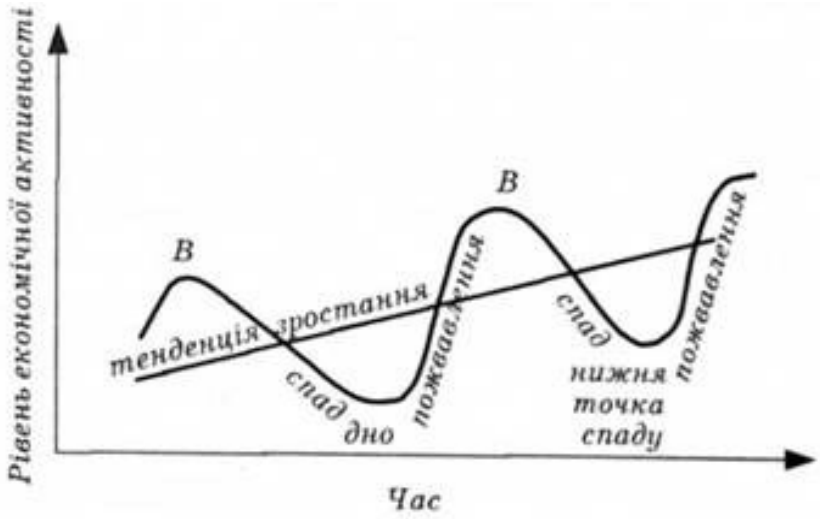

Рис. 1.2. Фази економічного циклу

Фаза піднесення завершується і змінюється фазою кризи (спаду) на так званій верхній поворотній точці, або «вершині». Таким же чином фаза кризи (спаду) завершується і відкриває шлях до нового піднесення через фазу депресії на кожній поворотній точці, або на «дні».

На сучасному етапі розвитку економіки країн світу основна увага приділяється розгляду не стільки піднесення чи кризи, скільки динамічним аспектам підвищення й зниження економічної активності. Не кожна «вершина» дає процвітання у розумінні низького безробіття,

але й нижні точки, як правило, тепер не означають кризи. Кожна фаза економічного циклу, переходячи у наступну, характеризується різними економічними умовами і потребує спеціального підходу.

Економічні цикли за їх тривалістю поділяють на:

1) *цикли Кондратьєва*, або довгохвильові цикли, тривалість яких дорівнює 50-60 років. Їхня головна рушійна сила – радикальні зміни в технологічній базі суспільного виробництва, її структурній перебудові;

2) *цикли Кузнеця* – їхня тривалість складає двадцять років, а рушійними силами є зрушення у відтворюваній структурі виробництва;

3) *цикли Джаглера* з періодичністю сім–одинадцять років. Їх рушійною силою є взаємодія грошово-кредитних факторів;

4) *цикли Китчина* з тривалістю три–п'ять років Причиною їх виникнення є зміна величини запасів товарно-матеріальних цінностей на підприємствах.

Між тим не всі коливання ділової активності пояснюються дією економічних циклів. Є й сезонні коливання ділової активності (наприклад, купівельний «бум» перед новим роком тощо). До сезонних коливань схильні й деякі галузі виробництва (сільське господарство, будівництво, автомобільний транспорт та ін.).

Практично всі галузі економіки схильні до економічних коливань, але найбільшою мірою коливання виробництва та зайнятості стосуються галузей промисловості, що випускають засоби виробництва й споживчі товари довгострокового користування. Це пояснюється тим, що в коротких циклах мають місце значні коливання в темпах інвестицій у товарно-матеріальні запаси. Вони збільшуються, коли обсяги виробництва і запасів зростають відповідно до зростаючого попиту на ринку, і зменшуються, коли обсяги виробництва і запасів скорочуються. У даному випадку скорочення інвестицій зумовлює зниження доходів і прибутку, зайнятості і зменшення валового внутрішнього продукту взагалі.

У випадку довших циклів, наприклад у спорудженні залізниць, автомобільних шляхів і будівництві, коливання в темпах інвестицій викликають повільні економічні коливання та порушують економічну рівновагу. Це ж саме відбувається у випадку, коли коливається споживчий попит на товари довгострокового користування.

Слід підкреслити, що цикли є насамперед результатом коливань сукупних чистих інвестицій незалежно від того, чим ці коливання

викликані: чи зміною у заощадженнях, споживанні, державних витратах, чи в темпах технічних винаходів і нововведень, чи акумулюванням депозитних грошей банківською системою.

Існує також точка зору, що причинами економічних циклів є фактори, які перебувають за межами економічної системи: виникнення сонячних плям, війни, революції, політичні перевороти, високі темпи зростання населення та його міграції, відкриття нових земель та родовищ корисних копалин, поява значних наукових і технічних винаходів і нововведень.

Не всі ці фактори є причиною економічних циклів, а деякі з них (сонячні плями, політичні події тощо) мають відносний характер і вплив на економічні цикли. Водночас економічна система у багатьох випадках сама впливає на зовнішні фактори. Тому більшість учених-економістів, що аналізують причини економічних циклів, пов'язують їх із синтезуванням або комбінуванням зовнішніх і внутрішніх факторів, надаючи при цьому вирішального значення коливанням інвестицій або виробництву капітальних благ.

Контрольні питання:

1. Визначте відмінність понять «новації» та «інновації».
2. Хто виступає суб'єктом і що є об'єктом інноваційної діяльності.
3. Якою є класифікація інновацій за змістом? Назвіть її і схарактеризуйте.
4. Якою є класифікація інновацій за ступенем новизни? Визначте її і схарактеризуйте.
5. Назвіть і схарактеризуйте теорії економічного зростання.
6. Якими є групи чинників економічного зростання? Назвіть їх.
7. Назвіть і схарактеризуйте фази економічного циклу.

Тестові завдання:

1. Період часу між появою новації і її впровадженням називають:

а) ринковою інновацією;
б) інноваційним лагом;
в) новацією;
г) інновацією.

2. Перша класифікація інновацій належить:

а) А. Сміту;

б) Д. Рикардо;

в) М. Туган-Барановському;

г) Й. Шумпетеру.

3. За змістом інновації поділяють на:

а) продуктові інновації, інновації процесу, ринкові інновації;

б) базові, поліпшувальні, псевдоінновації;

в) світові, державні, галузеві, інновації на рівні підприємств;

г) інновації розроблення, виведення на ринок, зростання, зрілості, занепаду.

4. Економічна рівновага – це:

а) рух економіки, її зростання;

б) спроможність економіки реагувати на зміни в обсягах та структурі суспільних потреб як у поточному, так і в майбутньому періодах;

в) збалансованість та пропорційність різноманітних економічних явищ та процесів: попиту та пропозиції, грошових і товарних потоків тощо;

г) послідовність піднесень і спадів економічної активності протягом кількох років.

5. Економічний цикл – це:

а) рух економіки, її зростання;

б) спроможність економіки реагувати на зміни в обсягах та структурі суспільних потреб як у поточному, так і в майбутньому періодах;

в) збалансованість та пропорційність різноманітних економічних явищ та процесів: попиту та пропозиції, грошових і товарних потоків тощо;

г) послідовність піднесень і спадів економічної активності протягом кількох років.

6. Фази економічного циклу:

а) криза, депресія, пожвавлення, піднесення;

б) інноваційні, інвестиційні структурної мобільності економіки;

в) заощадження, споживання, державні витрати;

г) перевиробництво товарів, масові банкрутства підприємств, значне зростання безробіття й зниження заробітної плати.

7. За ступенем новизни інновації поділяються на:

а) продуктові інновації, інновації процесу, ринкові інновації;

б) базові, поліпшувальні, псевдоінновації;

в) світові, державні, галузеві, інновації на рівні підприємств;

г) інновації розроблення, виведення на ринок, зростання, зрілості, занепаду.

8. Економічний цикл пов’язують із:

а) послідовністю піднесень і спадів економічної активності протягом певного періоду часу;

б) зародженням ідеї, науково-дослідних й експерементально-конструкторських робіт для перетворення ідеї на продукт;

в) налагодженням технологічного процесу, випуском невеликої партії продукції та її ринковою апробацією, формуванням стратегії та каналів збуту продукції;

г) швидким сприйняттям нового товару ринком і зростанням прибутків від його реалізації.

9. Економічні цикли М. Кондратьєва за часом дорівнюють:

а) 50-60 років;

б) 20 років;

в) 7-11 років;

г) 3-5 років.

10. Рушійною силою економічних циклів за М. Кондратьєвим є:

а) радикальні зміни в технологічній базі суспільного виробництва, його структурна перебудова;

б) зрушення у відтворюваній структурі виробництва;

в) динаміка величини запасів товарно-матеріальних цінностей на підприємствах;

г) сезонні коливання ділової активності підприємств.

11. Рушійною силою економічних циклів за С. Кузнецем виступають:

а) радикальні зміни в технологічній базі суспільного виробництва, його структурна перебудова;

б) зрушення у відтворюваній структурі виробництва;

в) динаміка величини запасів товарно-матеріальних цінностей на підприємствах;

г) сезонні коливання ділової активності підприємств.

Література: 1- 3, 17, 24, 33, 38, 40, 42, 45, 51, 55, 60, 63, 65, 78.

Тема 2. КЛЮЧОВІ ПОНЯТТЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

2.1. Сутність і класифікація напрямків інноваційного розвитку підприємств

2.2. Вибір напрямків інноваційного розвитку

2.1. Сутність і класифікація напрямків інноваційного розвитку підприємств

На сучасному етапі розвитку світової економіки і економіки України інновації відіграють важливу роль у розвитку підприємств. Саме тому навіть за скрутних економічних умов господарювання інноваційні зміни залишаються одним із стратегічних пріоритетів в управління діяльністю більшості підприємств.

Поняття «інноваційний розвиток» використовується на макро- і мікрорівнях управління. В першому випадку воно розглядається коли йдеться про відповідний тип розвитку на макрорівні і проводяться дослідження щодо механізму реалізації науково-технічного прогресу в процесі економічного розвитку країни, регіону, формування так званої економіки знань, пошуку нових джерел економічного зростання, розробки і побудови державної інноваційної моделі розвитку тощо.

В другому випадку – інноваційний розвиток на мікрорівні – розглядається на рівні підприємства, де джерелом розвитку виступають інновації. Тобто, *інноваційний розвиток підприємства*– це процес спрямованої закономірної зміни стану підприємства, що залежить від інноваційного потенціалу цього підприємства та джерелом якого є інновації, що створюють якісно нові можливості для подальшої діяльності підприємства на ринку шляхом реалізації уміння знаходити нові рішення, ідеї та у результаті винаходів.

Напрямок інноваційного розвитку підприємства – це визначений шлях або рух, що базується на впровадженні і реалізації інновацій, які зумовлюють поліпшення кількісних та якісних характеристик діяльності підприємства, забезпечують зміцнення його ринкових позицій та створюють умови для прогресивного розвитку.

Прикладами напрямів інноваційного розвитку підприємства є: освоєння нових технологій; впровадження нових матеріалів; комплексна механізація і автоматизація тощо.

Класифікація напрямків інноваційного розвитку підприємства:

Відповідно до стратегічної спрямованості:

- *збалансованого інноваційного розвитку* – поступові технічні зміни відповідно до стратегії діяльності підприємства і його потенційних можливостей;

- *захищаючого інноваційного розвитку* – використання результатів спостереження за діями підприємств-лідерів на ринку, що дозволяє за короткий час відтворити досягнення цих фірм та вийти на ринок слідом за ними без претензій на займання провідних позицій);

- *абсорбуючого інноваційного розвитку* – імітація інноваційних перетворень і спрямування основних зусиль на використання їх у виробничому процесі.

За масштабами інноваційного розвитку:

– *локальні* – спрямовані на внутрішні зміни на підприємстві;

– *глобальні* – покликані змінити не тільки внутрішню структуру підприємства, а й призводять до змін у зовнішньому середовищі.

За часом реалізації:

– *довгострокові* – пов'язані із зміною стратегії діяльності підприємства та/або спрямовані на реалізацію перспективних цілей;

– *середньострокові* – спрямовані на реалізацію складових стратегії діяльності підприємства;

- *короткострокові.*

За функціональним призначенням:

- *виробничі;*
- *соціальні;*
- *адміністративні;*
- *маркетингові;*
- *фінансово-економічні та ін.*

За сферою застосування:

- *продуктові* – орієнтовані на розробку нового продукту для існуючого або нового ринку;

- *технологічні (процесні)* – орієнтовані на розробку і використання нових технологій, підходів;

- *ринкові* – орієнтовані на модифікацію і/або пошук нових ринків;

- *організаційно-управлінські* – орієнтовані на впровадження нових методів організації виробництва, маркетингу, системи управління, впровадження нових форм активізації роботи персоналу –

стимулювання творчої діяльності, використання нових знань, поліпшення умов безпеки праці, охорони здоров'я тощо);

- *ресурсні* – орієнтовані на освоєння нових видів і джерел сировини, матеріалів тощо.

Інновації створюються значною більшістю підприємств і організацій. Однак незначну їх кількість можна назвати інноваційними. Інноваційне підприємство у своїй стратегії заздалегідь орієнтується на необхідність постійної роботи над новими товарами і послугами, тобто одночасно з виробництвом продукції відбувається планомірна підготовка майбутніх новинок. Прикладами таких компаній є *Procter & Gamble*, *Texas Instruments*, *IBM* (всі США), *Fiat* (Італія), *Marks & Spencer* (Великобританія), *Sony* (Японія).

Істотна відмінність інноваційних підприємств полягає в тому, що створення в них інновацій є різновидом бізнесу, який представляє собою організований, систематичний пошук нових можливостей, тоді як у більшості організацій – це функція, частина загальної діяльності підприємства. Саме особливість у відношенні таких підприємств до інновацій визначає їх провідні позиції серед інших підприємств.

Підприємство, що вступило на інноваційний шлях розвитку, повинне функціонувати у відповідності з такими *принципами:*

– *адаптивності* – поєднання внутрішніх спонукальних мотивів діяльності господарюючого суб'єкта, і зовнішніх, що генеруються ринковим середовищем;

– *динамічності* – динамічне приведення у відповідність цілей і спонукальних мотивів (стимулів) діяльності підприємства (включаючи його власників, менеджерів, фахівців, працівників);

– *самоорганізації* – самостійне забезпечення підтримки умов функціонування, тобто самостійна підтримка обміну ресурсами (інформаційними, матеріальними, фінансовими) між елементами виробничо-збутової системи підприємства, а також між підприємством і зовнішнім середовищем;

– *саморегуляції* – коректування системи управління виробничо-збутовою діяльністю підприємства відповідно до змін умов його функціонування;

– *саморозвитку* – орієнтація на постійний розвиток підприємства відповідно до його місії і стратегії.

2.2. Вибір напрямків інноваційного розвитку

На сучасному етапі розвитку економіки України перед багатьма підприємствами стають питання щодо підвищення власної конкурентоспроможності та ефективного використання власного конкурентного потенціалу. Вирішення цього питання є можливим завдяки обранню напрямку інноваційного розвитку підприємства.

Вибір напрямків інноваційного розвитку – це обрання одного з альтернативних варіантів інноваційного розвитку підприємства на основі відповідності його критеріям оптимальності.

Рішення про перехід підприємства на інноваційний шлях розвитку може бути прийнято за умов:

− реальної гострої необхідності в інноваціях з метою підвищення ефективності діяльності підприємства (забезпечення виживання підприємства на ринку);

− рішення керівництва у відповідь на дію конкурентів або досягнення відповідності загальному рівню розвитку галузі в країні.

При прийнятті інноваційного напрямку розвитку підприємства важливо розуміти, що інновації не завжди є доцільними та необхідними для кожного підприємства. Якщо ж така необхідність є очевидною, то для керівництва підприємства дуже важливим є визначення необхідної бажаної глибини змін. Визначення необхідності впровадження інновацій та глибини змін пропонується проводити за такими напрямами:

1. Визначається, чи задоволено підприємство динамікою своїх результатів господарської діяльності та станом фінансових ресурсів (прибуток на інвестований капітал; обсяг продажів; вільний грошовий потік; власний капітал; прибуток на акцію).

2. Визначається конкурентоспроможність підприємства за показниками задоволення споживачів, тобто за методом семантичного позиціювання.

3. Керівництвом підприємства визначається, яку конкурентну позицію на ринку планується зайняти: зберігати існуючу чи змінювати на іншу.

На практиці найбільш застосовуваними напрямами інноваційного розвитку є:

− впровадження енергозберігаючих технологій та нетрадиційних видів енергоресурсів;

− впровадження безвідходних та маловідходних технологій;

– впровадження комплексних інформаційних технологій;

– використання принципово нових матеріалів та ресурсів;

– розробка і впровадження наукоємних технологій;

– підготовка висококваліфікованих кадрів;

– проведення якісних змін капіталу та фінансової структури підприємства;

– впровадження нової організації праці та виробництва;

– створення систем науково-технологічного, інформаційного, кадрового, маркетингового забезпечення інноваційного розвитку;

– впровадження прогресивних систем управління тощо.

Обрання напрямку інноваційного розвитку підприємства здійснюється відповідно до обираємої підприємством інноваційної стратегії.

Типи стратегій інноваційного розвитку:

– *стратегія перенесення* (використання зарубіжного науково–технічного потенціалу та перенесення його досягнень на власну економіку);

– *стратегія запозичення* (освоєння виробництва високотехнологічної продукції, що вже вироблялася в інших країнах);

– *стратегія нарощування* (використання власного науково-технічного потенціалу).

На обрання стратегії інноваційного розвитку свій вплив має рівень інноваційного розвитку підприємства. Обрання стратегії повинно включати дослідження та аналіз наступних складових:

– *ресурсної складової інновацій,* яка спрямовує діяльність підприємства на пошук нових альтернативних ресурсів (сировини, матеріалів, енергії), дослідження ефективності використання ресурсів підприємства;

– *технологічної складової інновацій,* яка включає в себе розробку та впровадження інноваційних технологічних рішень, науково-обґрунтованих ідей, реалізація яких сприятиме впровадженню нових технологічних процесів на підприємстві, освоєнню технології виробництва нових видів продукції;

– *ринкової складової інновацій,* яка передбачає всебічний аналіз зовнішнього середовища підприємства та врахування макроекономічних чинників (при виборі орієнтації на ринок підприємство чітко націлене на ринки збуту своєї продукції та пошук нових комерційно привабливих сегментів ринку).

Формування методичних підходів оцінювання інноваційного розвитку підприємства з урахуванням ресурсної, технологічної та ринкової складових інноваційної діяльності буде сприяти обранню і реалізації *ефективної стратегії інноваційного розвитку підприємства* та забезпечить підприємству створення та виведення на ринок інноваційної конкурентоспроможної продукції.

В процесі вибору напрямів інноваційного розвитку менеджери підприємства повинні оцінити наступні критерії оптимальності:

– інноваційну ідею;

– наявну структуру, форму, в яку повинна втілитись інноваційна ідея;

– закономірності ієрархічної побудови причинно-наслідкових взаємозв'язків між підприємством та його підрозділами;

– наявну систему взаємодії між підрозділами підприємства та міжособистісні відносини персоналу;

– функціональну та суспільну ефективність існуючого та інноваційного розвитку підприємства як системи;

– наявні конкретні плани дій (бізнес-план) з урахуванням конкретного простору діяльності, часу циклу та конкретних виконавців;

– необхідну технологію чи механізм впровадження ідеї, зразок узгодження дій, систему контролю за їх виконанням;

– систему навчання персоналу, яка необхідна для ефективного впровадження інноваційної ідеї з урахуванням системи спільних дій;

– система необхідних обов'язків для персоналу, посадові інструкції, вимоги до рівня професійної придатності щодо застосування інноваційних технологій, технічних засобів а також періодичність і умови проведення професійного навчання і переатестації;

– наявну систему оцінювання професійних здібностей персоналу, їх сприйняття інновацій та здатності до їх впровадження;

– систему необхідних вимог до комунікативності та професійної культури працівника на робочому місці;

– наявну систему оцінювання реальних комунікативних особистісних якостей працівника;

– наявну систему оцінювання реальної психофізичної здатності працівника виконувати інноваційний тип роботи на своєму робочому місці.

Для вибору найбільш прийнятного напряму інноваційного розвитку підприємства критеріями оцінки є оптимізація середньозважених за ймовірностями різних сценаріїв розвитку подій (песимістичного, нормального, найбільш ймовірного, оптимістичного) таких показників: чистого приведеного доходу *(NPV),* індексу прибутковості *(PI),* періоду окупності *(PP)* і внутрішньої норми доходності *(IRR).*

NPV (чистий приведений дохід, або чиста теперішня вартість інвестицій) становить собою поточну вартість майбутніх грошових потоків. Якщо *NPV*>0 для особи, яка приймає рішення доцільним є прийняття проекту до розгляду. Якщо *NPV*<0 доцільною є відмова від проекту. Якщо *NPV*=0 проект є не збитковим, але й прибутку він не принесе.

$$\mathrm{NPV} = \sum_{i=1}^{n} \frac{\mathrm{P}_i}{(1+\ \lambda)^{\mathrm{i-1}}} - \sum_{i=1}^{n} \frac{\mathrm{I}}{(1+\lambda)^{\mathrm{i-1}}},$$

де $\frac{1}{1+\lambda}$ – коефіцієнт дисконтування за ставкою λ (в умовах інфляції він може бути розрахований так $\frac{1}{1+\lambda+\gamma}$, γ – показник інфляції за розглянутий період часу);

$P_1, P_2 \ldots P_n$ – грошові надходження за *n* років реалізації проекту;

$I_1, I_2 \ldots I_n$ – інвестиції протягом *n* років;

λ – ставка відсотку;

i – період отримання доходів (вкладання коштів).

Під час вибору альтернативних проектів перевага віддається проекту з більш високим показником *NPV.*

PI (індекс прибутковості). Розраховується шляхом зіставлення обсягу інвестиційних затрат із майбутнім чистим грошовим потоком проекту.

$$\mathrm{PI} = \frac{\sum_{\mathrm{i=1}}^{\mathrm{n}} \frac{\mathrm{p_i}}{(1+\gamma)^{\mathrm{i-1}}}}{\sum_{\mathrm{i=1}}^{\mathrm{n}} \frac{\mathrm{I}}{(1+\gamma)^{\mathrm{i-1}}}}$$

Індекс прибутковості дає можливість проранжувати інвестиційні проекти за їх привабливістю, проте не характеризує абсолютну величину ризику. Більш доцільним буде проект, в якому *PI*>1.

PP (термін окупності інвестицій). Показник дозволяє визначити період, протягом якого буде відшкодовано суму інвестицій.

$$PP = \frac{\sum_{i=1}^{n} \frac{p_i}{(1+\gamma)^{i-1}}}{(\sum_{i=1}^{n} \frac{I}{(1+\gamma)^{i-1}} /n)}.$$

Показник *PP* може розглядатися і як показник ефективності вкладання інвестицій, і як критеріальний показник. Основним його недоліком є те, що він не враховує чисті грошові потоки, які формуються після періоду окупності інвестиційних витрат.

IRR (внутрішній коефіцієнт рентабельності, або внутрішня норма доходності) – відображає граничну величину ставки дисконту, вище якої проект стає збитковим.

$$IRR = \gamma_1 + \frac{NPV_1 \times (\gamma_2 - \gamma_1)}{NPV_1 + |NPV_2|}$$

де γ_1 – ставка дисконту, за якої значення NPV позитивне;

γ_2 – ставка дисконту, за якої проект стає збитковим, а NPV – від'ємним;

NPV_1 – значення чистої поточної вартості за γ_1;

NPV_2 – значення чистої поточної вартості за γ_2;

Таким чином, вибір напрямків інноваційного розвитку підприємства починається з постановлення цілей і завдань інноваційного розвитку в рамках обраної місії підприємства, аналізу внутрішніх та зовнішніх умов господарювання, пошуку ресурсів для інноваційної діяльності та ефективного їх розподілу, продовжується генеруванням альтернативних напрямів діяльності, їх оцінкою, ранжуванням за пріоритетністю впровадження і закінчується остаточним вибором.

Контрольні питання:

1. Визначте зміст поняття «напрямок інноваційного розвитку підприємства».
2. Назвіть відомі вам класифікації напрямків інноваційного розвитку підприємства.
3. Які положення є визначальними при обранні напрямку інноваційного розвитку підприємства.
4. Визначте і охарактеризуйте типи стратегій інноваційного розвитку.

5. Якими є методики визначення показників чистого приведеного доходу *(NPV),* індексу прибутковості *(PI),* періоду окупності *(PP)* і внутрішньої норми доходності *(IRR)*?

Тестові завдання:

1. Напрямок інноваційного розвитку підприємства – це:

а) дослідження ринку інновацій;

б) визначений шлях або рух підприємства, що базується на впровадженні і реалізації інновацій;

в) обрання методики обґрунтування використання інновацій в діяльності підприємства;

г) контроль за реалізацією інновацій.

2. Приклади напрямів інноваційного розвитку підприємства:

а) виробництво товарів повсякденного попиту з використанням традиційних технологій;

б) надання послуг відповідно до існуючих в практиці підприємств підходів;

в) виконання роботи звичайними для працівників засобами виробництва;

г) освоєння нових технологій; впровадження нових матеріалів; комплексна механізація і автоматизація тощо.

3. Відповідно до стратегічної спрямованості розрізняють наступні напрямки інноваційного розвитку підприємства:

а) збалансованого, захищаючого і абсорбуючого інноваційного розвитку;

б) локальні, глобальні;

в) довгострокові, середньострокові, короткострокові;

г) виробничі, соціальні, маркетингові, адміністративні.

4. За масштабами інноваційного розвитку розрізняють наступні напрямки інноваційного розвитку підприємства:

а) збалансованого, захищаючого і абсорбуючого інноваційного розвитку;

б) локальні, глобальні;

в) довгострокові, середньострокові, короткострокові;

г) виробничі, соціальні, маркетингові, адміністративні.

5. За часом реалізації розрізняють наступні напрямки інноваційного розвитку підприємства::

а) збалансованого, захищаючого і абсорбуючого інноваційного розвитку;

б) локальні, глобальні;

в) довгострокові, середньострокові, короткострокові;

г) виробничі, соціальні, маркетингові, адміністративні.

6. За часом реалізації розрізняють наступні напрямки інноваційного розвитку підприємства::

а) збалансованого, захищаючого і абсорбуючого інноваційного розвитку;

б) локальні, глобальні;

в) довгострокові, середньострокові, короткострокові;

г) виробничі, соціальні, маркетингові, адміністративні.

7. Типи стратегій інноваційного розвитку:

а) виробнича, соціальна, маркетингова, адміністративна;

б) стратегія перенесення, запозичення, нарощування;

в) ресурсної складової інновацій;

г) технологічної складової інновацій.

8. Методика розрахунку чистого приведеного доходу:

а) $NPV = \sum_{i=1}^{n} \frac{P_i}{(1+\gamma)^{i-1}} - \sum_{i=1}^{n} \frac{I}{(1+\gamma)^{i-1}}$

б) $PI = \frac{\sum_{i=1}^{n} \frac{p_i}{(1+\gamma)^{i-1}}}{\sum_{i=1}^{n} \frac{I}{(1+\gamma)^{i-1}}}$

в) $PP = \frac{\sum_{i=1}^{n} \frac{p_i}{(1+\gamma)^{i-1}}}{(\sum_{i=1}^{n} \frac{I}{(1+\gamma)^{i-1}} /n)}$

г) $IRR = \gamma_1 + \frac{NPV_1 \times (\gamma_2 - \gamma_1)}{NPV_1 + |NPV_2|}$

9. Методика розрахунку індексу прибутковості:

а) $NPV = \sum_{i=1}^{n} \frac{P_i}{(1+\gamma)^{i-1}} - \sum_{i=1}^{n} \frac{I}{(1+\gamma)^{i-1}}$

б) $PI = \frac{\sum_{i=1}^{n} \frac{p_i}{(1+\gamma)^{i-1}}}{\sum_{i=1}^{n} \frac{I}{(1+\gamma)^{i-1}}}$

в) $PP = \frac{\sum_{i=1}^{n} \frac{p_i}{(1+\gamma)^{i-1}}}{(\sum_{i=1}^{n} \frac{I}{(1+\gamma)^{i-1}} /n)}$

г) $IRR = \gamma_1 + \frac{NPV_1 \times (\gamma_2 - \gamma_1)}{NPV_1 + |NPV_2|}$

10. Методика розрахунку терміну окупності інвестицій:

а) $$NPV = \sum_{i=1}^{n} \frac{P_i}{(1+\gamma)^{i-1}} - \sum_{i=1}^{n} \frac{I}{(1+\gamma)^{i-1}}$$

б) $$IRR = \gamma_1 + \frac{NPV_1 \times (\gamma_2 - \gamma_1)}{NPV_1 + |NPV_2|}$$

в) $$PP = \frac{\sum_{i=1}^{n} \frac{p_i}{(1+\gamma)^{i-1}}}{(\sum_{i=1}^{n} \frac{I}{(1+\gamma)^{i-1}} / n)}$$

г) $$PI = \frac{\sum_{i=1}^{n} \frac{p_i}{(1+\gamma)^{i-1}}}{\sum_{i=1}^{n} \frac{I}{(1+\gamma)^{i-1}}}$$

Література: 4, 5, 15, 18, 22, 42, 75.

Тема 3. ВИМІРЮВАННЯ РІВНЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТА ЧИННИКИ ЙОГО ФОРМУВАННЯ

3.1. Підходи до вимірювання рівня інноваційного розвитку підприємства

3.2. Чинники формування рівня інноваційного розвитку підприємства

3.1. Підходи до вимірювання рівня інноваційного розвитку підприємства

Існують різні підходи до визначення рівня інноваційного розвитку підприємства. Відповідно до одної із точок зору до числа показників, за якими можна визначити рівень інноваційного розвитку підприємства належать:

- *частота і ефективність впровадження на підприємстві інновацій* (ці параметри відображають фактичний досвід роботи підприємства з інноваціями). Факт реалізації підприємством інновацій у минулому засвідчує наявність певного інноваційного потенціалу підприємства і готовність персоналу підприємства до змін, але не відображає величини потенціалу і рівня готовності працівників до змін.

Щодо інформації про ефективність реалізації інновацій, то вона також не вказує на величину інноваційного потенціалу і рівень готовності працівників до змін, а лише дозволяє зробити висновки про те, які результати реалізації інновацій отримані за наявного інноваційного потенціалу та фактичної готовності працівників до змін. Наявність інформації про частоту та ефективність реалізації інновацій є необхідною, але не достатньою умовою для формування висновку про інноваційний розвиток підприємства;

- *потенціал підприємства щодо розробки і впровадження інновацій* (потенціал підприємства до реалізації інновацій – це факт наявності у підприємства інноваційних ресурсів. Під інноваційними ресурсами у даному випадку розуміється сукупність інтелектуальних, інформаційних, матеріальних, фінансових та інших ресурсів, які можуть бути використані для розробки нових ідей, для підготовки ідей до впровадження і для реалізації інновацій);

- *готовність персоналу підприємства до змін* (репрезентує рівень усвідомлення працівниками через інформованість сутності та

наслідків інновацій, які можуть бути впроваджені, та рівень зацікавленості працівників у результатах реалізації інновацій. Огляд літературних джерел та ознайомлення із матеріалами діючих підприємств дозволяє стверджувати, що дослідження інновацій у розрізі аналізу готовності працівників до змін слід здійснювати як з позицій фактичної або поточної готовності, так і з позиції потенційної можливості працівників до реалізації інновацій).

Відповідно до іншої точки зору, для визначення рівня інноваційного розвитку підприємства доцільно звернутися до комплексної оцінки ефективності інноваційної діяльності підприємства, до розрахунку інтегрального показника рівня інноваційного розвитку.

Під *інтегральним показником* рівня інноваційного розвитку підприємства розуміється результат оцінювання основних техніко-економічних показників діяльності підприємства, який ґрунтується на визначенні узагальнюючих показників шляхом застосування системи часткових показників та методу експертного опитування.

Згідно моделі комплексної оцінки ефективності інноваційної діяльності підприємства інтегральний показник складається з трьох основних показників: ресурсної, технологічної, ринкової складових.

Ресурсна складова **(*Урес)*** оцінюється на основі показників, що характеризують інноваційний потенціал підприємства: показники використання інвестиційних (фінансових) ресурсів, кадрового, інтелектуального, матеріально-технічного, інформаційного потенціалу;

Технологічна складова **(*Утех)*** характеризується показниками технологічного оновлення під час інноваційної діяльності підприємства: визначаються показники ефективності використання основних засобів і технологій, продуктивності праці та продуктивності інформації;

Ринкова складова (Уринк) характеризується результативністю основних показників від інноваційної діяльності підприємства: визначаються показники ринкової віддачі активів, частки фірми на ринку інновацій, рентабельності реалізації інноваційної продукції, передпродажної підготовки, доведення продукту до споживача, ефективності рекламної діяльності, ритмічності збуту нової продукції.

Узагальнення результатів оцінки нововведень на підприємстві розраховується за формулою:

$$У = \frac{X_1 \cdot A_1 + X_2 \cdot A_2 + ... + X_i \cdot A_i}{100}, \quad (1)$$

де X_1, …, X_i – коефіцієнти, які характеризують певний узагальнюючий показник;

A_1, …, A_i – питома вага коефіцієнта в загальному комплексі оцінок, % .

За допомогою цієї методики можна здійснювати моніторинг підприємств за рівнем інноваційного потенціалу, проводити порівняльний аналіз рівня інноваційного розвитку підприємств та формувати їх рейтинг за інтегральним показником рівня інноваційного розвитку.

Можливим є і підхід, який допомагає здійснити економіко-соціальне оцінювання інноваційного розвитку підприємства. Він включає такі групи показників:

Показники рівня інноваційного потенціалу розвитку підприємства:

$$УП_{ІП} = П_{(1.1)} \cdot Z_{(1.1)} + П_{(1.2)} \cdot Z_{(1.2)} + ... + П_{(1.10)} \cdot Z_{(1.14)}$$

Виробничо-технологічні показники:

- коефіцієнт оновлення продукції ($П_{(1.1)}$),
- коефіцієнт завантаженості виробничих фондів ($П_{(1.2)}$),
- коефіцієнт фондовіддачі ($П_{(1.3)}$),
- коефіцієнт матеріаломісткості ($П_{(1.4)}$),
- коефіцієнти механізації та автоматизації виробництва ($П_{(1.5)}$),
- коефіцієнт прогресивності технологій ($П_{(1.6)}$).

Науково-технічний показник:

- коефіцієнт наукомісткості ($П_{(1.7)}$).

Фінансово-економічні показники:

- коефіцієнт самофінансування ($П_{(1.8)}$),
- коефіцієнт використання позичкового капіталу ($П_{(1.9)}$),
- коефіцієнт витрат на придбання результатів НДДКР ($П_{(1.10)}$),
- коефіцієнт рентабельності інвестиційної діяльності ($П_{(1.11)}$),
- коефіцієнт рентабельності реалізованої інноваційної продукції ($П_{(1.12)}$).

Трудові показники:

- коефіцієнт плинності кадрів ($П_{(1.13)}$),

- коефіцієнт частки спеціалістів, які виконують наукові та науково-технічні роботи ($П_{(1.14)}$).

Показники рівня маркетингового забезпечення інноваційного розвитку підприємства:

$$УП_{МОП} = П_{(2.1)} \cdot Z_{(2.1)} + П_{(2.2)} \cdot Z_{(2.2)} + ... + П_{(2.6)} \cdot Z_{(2.6)}$$

Система маркетингових показників:

- коефіцієнт ринкової частки ($П_{(2.1)}$),
- коефіцієнт передпродажної підготовки ($П_{(2.2)}$),
- коефіцієнт зміни обсягів продажу ($П_{(2.3)}$),
- коефіцієнт доведення продукту до споживача ($П_{(2.4)}$),
- коефіцієнт рекламної діяльності ($П_{(2.5)}$),
- коефіцієнт використання зв'язків з громадськістю ($П_{(2.6)}$).

Показники розвитку системи гуманізації праці:

- коефіцієнт кваліфікаційного рівня ($П_{(3.1)}$),
- коефіцієнт можливості для розвитку працівників та їхнього професійного зростання ($П_{(3.2)}$),
- коефіцієнт витрат на підготовку та навчання працівників ($П_{(3.3)}$),
- коефіцієнт рівня соціальної напруженості в трудовому колективі ($П_{(3.4)}$),
- коефіцієнт участь працівників в управлінні підприємством ($П_{(3.5)}$).

Показники соціального рівня інноваційного розвитку підприємства:

$$УП_{СР} = П_{(3.1)} \cdot Z_{(3,1)} + П_{(3.2)} \cdot Z_{(3,2)} + ... + П_{(3.12)} \cdot Z_{(3.12)}$$

Показники розвитку системи соціальних гарантій персоналу:

- коефіцієнт формування доходів працівників та рівень оплати праці ($П_{(3.6)}$),
- коефіцієнт участі підприємств у соціальній підтримці працівників ($П_{(3.7)}$).

Показники розвитку системи безпеки та охорони праці:

- коефіцієнт відповідності робочих місць санітарно-гігієнічним вимогам ($П_{(3.8)}$),

- коефіцієнт рівня безпеки та охорони праці на підприємстві ($П_{(3.9)}$).

Показники розвитку системи корпоративної відповідальності:

- коефіцієнт виконання обов'язків перед бюджетом ($П_{(3.10)}$),
- коефіцієнт створення робочих місць ($П_{(3.11)}$),
- коефіцієнт витрат на екологізацію виробництва ($П_{(3.12)}$).

Примітка:

$УП_{ІП}, УП_{МЗП}, УП_{СР}$ – узагальнюючі показники відповідно рівня інноваційного потенціалу, маркетингового забезпечення інноваційної продукції, соціального розвитку підприємства;

$П_{(ij)}$ – часткові показники за напрямами інтегральної оцінки;

$Z_{(ij)}$ – коефіцієнти вагомості часткових показників за напрямами інтегральної оцінки, розраховані на основі методу експертного оцінювання.

Кужда Т. І. пропонує розраховувати інтегральний показник рівня інноваційного розвитку підприємства ($ІП_{ІР}$) за формулою середнього геометричного:

$$ІП_{ІР} = \sqrt[3]{УП_{ІП} \cdot УП_{МЗП} \cdot УП_{СР}} \qquad (2)$$

Відповідно до формули (2) зміна інтегрального показника від 0 до 1 відповідає стійкому інноваційному розвитку підприємства. При значенні інтегрального показника в межах від 0 до 0,4 – підприємство має низькі, від 0,4 до 0,7 – середні, від 0,7 до 1 – високі темпи інноваційного розвитку.

3.2. Чинники формування рівня інноваційного розвитку підприємства

Існує велика сукупність чинників, які сприяють або протидіють розвитку інноваційних процесів. Однією із їх класифікацій є їх поділ на ті, що формуються *на наддержавному, державному (макро-) і мікрорівнях.* Відповідно до цієї класифікації важливими чинниками, що впливають на рівень інноваційного розвитку є: розвиток технологічних укладів в країні; дієвість інноваційної політики держави; інноваційної інфраструктури, стану науково-технічного потенціалу та ефективності його використання; якості науково-

дослідницьких закладів, витрат підприємств на науково-дослідницькі роботи, співпраця між бізнесом та університетами у дослідницькій діяльності, наявність висококваліфікованих трудових ресурсів, здатних створювати інновації та розповсюджувати їх для подальшої активізації інноваційних процесів.

Досить поширеною класифікацією чинників впливу на інноваційну діяльність на рівні підприємств є їх поділ на *зовнішні та внутрішні.* До *внутрішніх чинників* впливу на інноваційну активність підприємств можна віднести усі ті внутрішні змінні, які мотивують працівників підприємств до створення інновацій. Такі чинники залежать від особливостей підприємств, працівників, індивідуальних умов праці та структури підприємства. До них зокрема належать внутрішні ресурси, що формують інноваційний потенціал, а саме: кваліфікація робітників, підготовленість у галузях маркетингу і комерційної діяльності, психологічний клімат на підприємстві, організація навчання спеціалістів, мотивація персоналу, підготовленість в галузі спеціальних науково-технічних знань, зовнішньоекономічні зв'язки, патентно-правові питання.

Зовнішні так чи інакше обумовлені дією чинників макросередовища. До них належать:

- *фінансово-економічні* (визначають можливості здійснення інноваційної діяльності підприємства з позицій грошово-кредитних, бюджетно-податкових, амортизаційних важелів інноваційного розвитку). Важлива роль в процесі дослідження цих чинників приділяється функціонуванню світових інвестиційного, валютного, фондового ринків; рівню розвитку зв’язку, комунікацій, транспорту;

- *науково-технологічні* (здійснюють вплив на технічні та технологічні сторони інноваційної діяльності підприємств; негативно впливають на рівень інноваційного розвитку за недостатнього розвитку матеріальної та науково-технічної бази підприємства). Важливу роль має рівень витрат на НДДКР, пріоритетні напрями досліджень, міжнародні та міждержавні програми співробітництва, стан досліджень у різних галузях та напрямах економіки.

- *правові* (формування правової основи інноваційного розвитку підприємств на основі системи законів та підзаконних актів). Важливу роль при розгляді їх впливу на рівень інноваційного розвитку підприємств належить рішенням міжнародних організацій, прийняттю іншими державами законів, що можуть ускладнювати (ініціювати) процес імпорту (експорту) високотехнологічних товарів, ембарго,

антидемпінгових процесів, підвищення стандартів у сфері інтелектуальної власності; мають позитивний вплив при законодавчому заохоченні та державній підтримці інновацій;

- *організаційно-управлінські* (здійснюють вплив через інституційно-управлінські та інституційно-організаційні зміни в інноваційній сфері, механізм здійснення інноваційної діяльності; формування та реалізацію інноваційної політики);

- *соціальні* (відділяють ступінь готовності суспільства, групи людей до прийняття інновацій);

- *екологічні* (визначають вплив нових технологій, нових матеріалів, нових видів енергії на довкілля в процесі інноваційної діяльності підприємств). Важливе значення має постійне зростання рівнів стандартів щодо екологічної безпеки продукції, яка виготовляється, а також високі вимоги щодо екологічності виробництва; екологічних ризиків, необхідністю збільшення витрат на охорону навколишнього середовища та інші екологічні потреби;

- *гуманітарні* (впливають на інноваційний розвиток через ступінь освіченості населення, рівень знань і науки в регіоні);

- *інформаційні* (визначають особливості інноваційного розвитку регіону на основі використання інформаційних ресурсів).

Чинники, які впливають на інноваційно-інвестиційну діяльність підприємств, можна представити у вигляді рис. 3.1.

Цікавим у визначенні рівня інноваційного розвитку країни є підхід, запропонований Світовим банком. Він включає 4 групи показників, які відображають:

1) стан кадрового потенціалу;
2) рівні фінансування НДДКР і патентну активність;
3) рівні інноваційної активності, зокрема у групі малих і середніх підприємств;
4) рівні поширення сучасних технологій в економіці [26].

По кожній із груп можливою є деталізація. Так, наприклад, для оцінки кадрової складової пропонується розглянути такі показники:

- частка вчених і інженерів в загальній чисельності робочої сили, що відображає важливість науково-дослідного сектора в структурі зайнятості;
- частка вчених, що мають докторський ступінь в галузі природничих і технічних наук у певних вікових групах;
- частка молодих фахівців у загальній кількості зайнятих у НДДКР; частка дослідників з інших країн у національних науково-

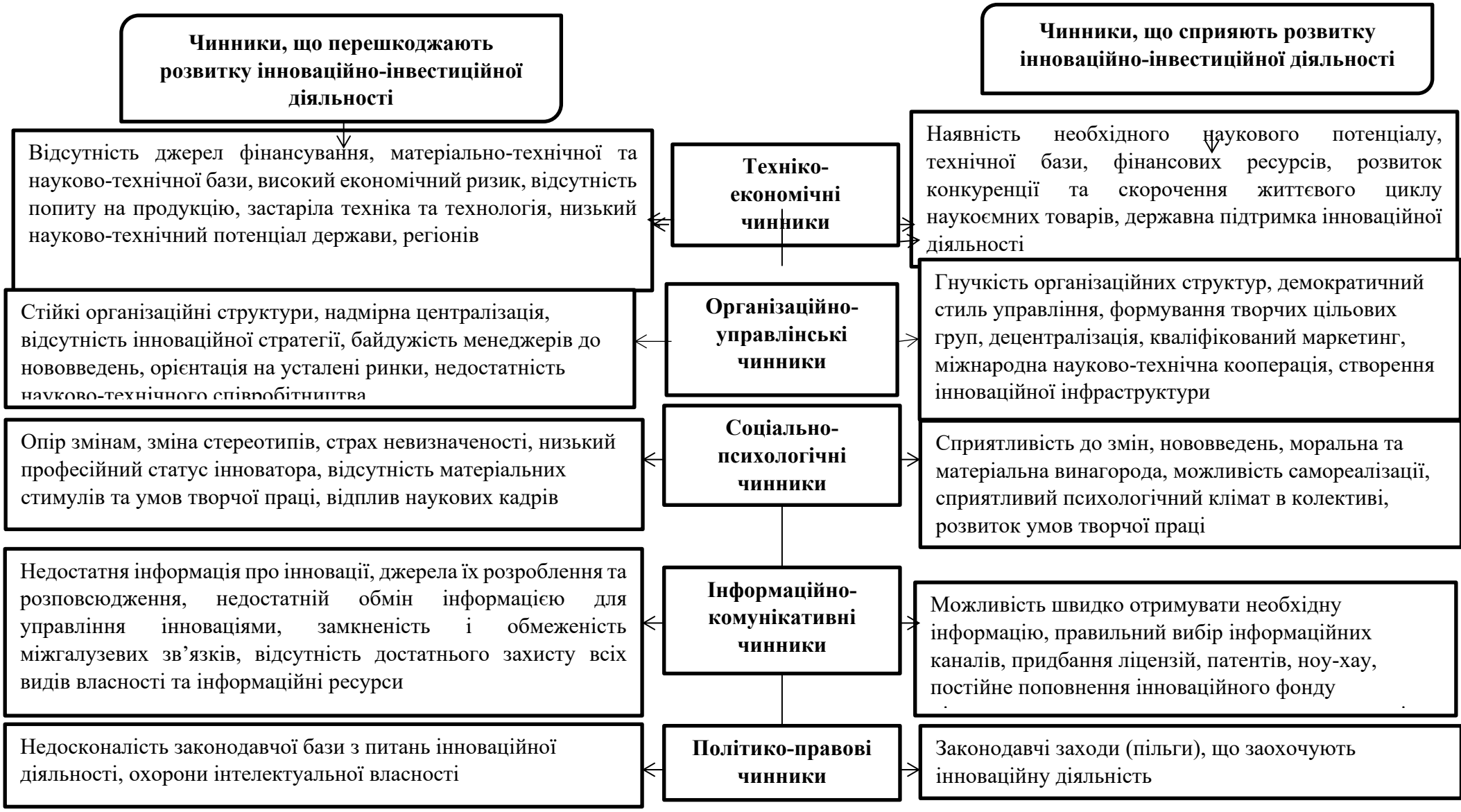

Рис. 3.1. Чинники, що впливають на інноваційно-інвестиційну діяльність підприємств [26]

дослідних центрах, яка відображає відкритість системи в міжнародному плані.

З використанням даних показників на рівні країни розраховується *глобальний інноваційний індекс*, як узагальнений показник для виміру рівня інновацій в країні.

За величиною даного індексу можна оцінити комерційні результати інноваційної діяльності в країнах, активність урядів по підтримці інноваційної діяльності відповідно до інноваційної політики тощо.

Глобальний інноваційний рейтинг щороку складає Корнельський університет, школа бізнесу *INSEAD* і Всесвітня організація інтелектуальної власності. Він складається з 80 індикаторів, які оцінюють 126 країну. Рейтинг тлумачить поняття «інновації» через інститути, людський капітал, дослідження і розробки, інфраструктуру та ринковий потенціал. На думку упорядників рейтингу, результат інноваційної діяльності – це не лише технологічні нововведення, але і продукти креативної діяльності.

Лідером за глобальним інноваційним рейтингом у рейтингу у 2018 р. стала Швейцарія, індекс якої становить 68,40 бала. Наступними були Нідерланди, Швеція, Великобританія, Сінгапур, США, Фінляндія, Данія і Німеччина. Топ-10 замикає Ірландія (57,20). Індекс України цього року становив 38,52 бала, що дозволило їй піднялась у рейтингу на 7 сходинок та потрапити в топ-50 країн.

Важливим чинником, який впливає на глобальний інноваційний рейтинг є *інтелектуальний капітал*, який складається, із:

- *людського капіталу*: знання, навички, творчі здібності, моральні цінності, культура праці;

- *організаційний (структурний) капітал*. Це частина інтелектуального капіталу, що має відношення до організації у цілому. Це технічне і програмне забезпечення, патенти, товарні знаки, організаційна структура, культура організації. Організаційний капітал – це організаційні можливості компанії відповісти на вимоги ринку. Він відповідає про те, як людський капітал використовується в організаційних системах для перетворення інформації;

- *споживчий (клієнтський) капітал:* зв’язки з клієнтами, інформація про клієнтів, історія взаємовідносин з клієнтами, торгова марка (бренд).

Набір показників для оцінки людського капіталу має особливості залежно від галузі його оцінки. Найчастіше на рівні підприємства використовують такі індикатори:

- Склад людських ресурсів підприємства та управління ними;
- Освіта персоналу;
- Ступінь задоволення персоналу;
- Обсяг продажу в розрахунку на кожного зайнятого;
- Додана вартість у розрахунку на одного зайнятого;
- Досвід персоналу, кількість років, присвячених даній професії;
- Витрати на навчання в розрахунку на кожного зайнятого;
- Кількість робочих днів за рік, витрачених на підвищення кваліфікації працівників;
- Плинність персоналу.

Для оцінки людського капіталу на макрорівні доцільно використовувати показники, які характеризують тривалість життя, якість (рівень благополуччя та добробуту), показники, які стосуються якості освіти.

Контрольні питання:

1. Назвіть існуючі підходи до вимірювання рівня інноваційного розвитку підприємства.
2. Назвіть складові чинники економіко-соціального оцінювання інноваційного розвитку підприємства.
3. Назвіть і охарактеризуйте основні групи зовнішніх чинників, які впливають на рівень інноваційного розвитку підприємства.
4. Назвіть внутрішні чинники впливу на інноваційну активність підприємств.
5. Які групи показників покладено у визначення рівня інноваційного розвитку країн світу відповідно до методики, розробленої Світовим банком.

Тестові завдання:

1. Складовими інтегрального показника рівня інноваційного розвитку підприємства є:

а) короткострокові, довгострокові інновації;

б) ресурсна, технологічна, ринкова складові;

в) продуктові інновації, інновації процесу, ринкові інновації;

б) базові, поліпшувальні, псевдоінновації.

2. До показників визначення рівня інноваційного розвитку країни належать:

а) ступінь задоволення персоналу, обсяг продажу в розрахунку на кожного зайнятого, додана вартість у розрахунку на одного зайнятого;

б) стан кадрового потенціалу; рівень фінансування НДДКР і патентна активність; рівень інноваційної активності підприємств; рівень поширення сучасних технологій в економіці;

в) ступінь задоволення персоналу роботою, плинність кадрів;

г) втрати з розрахунку на одиницю продукції, її окупність, прибуток.

3. Виробничо-технологічними показниками рівня інноваційного розвитку підприємства є:

а) коефіцієнт оновлення продукції, коефіцієнт основних виробничих фондів, коефіцієнт фондовіддачі;

б) коефіцієнт самофінансування, коефіцієнт використання позичкового капіталу, коефіцієнт витрат на придбання результатів НДДКР, коефіцієнт рентабельності інвестиційної діяльності;

в) коефіцієнт плинності кадрів, коефіцієнт частки спеціалістів, які виконують наукові та науково-технічні роботи;

г) коефіцієнт передпродажної підготовки, коефіцієнт зміни обсягів продажу, коефіцієнт доведення продукту до споживача, коефіцієнт рекламної діяльності.

4. Фінансово-економічними показниками рівня інноваційного розвитку підприємства є:

а) коефіцієнт оновлення продукції, коефіцієнт основних виробничих фондів, коефіцієнт фондовіддачі;

б) коефіцієнт самофінансування, коефіцієнт використання позичкового капіталу, коефіцієнт витрат на придбання результатів НДДКР, коефіцієнт рентабельності інвестиційної діяльності;

в) коефіцієнт плинності кадрів, коефіцієнт частки спеціалістів, які виконують наукові та науково-технічні роботи;

г) коефіцієнт передпродажної підготовки, коефіцієнт зміни обсягів продажу, коефіцієнт доведення продукту до споживача, коефіцієнт рекламної діяльності.

5. Трудовими показниками рівня інноваційного розвитку підприємства є:

а) коефіцієнт оновлення продукції, коефіцієнт основних виробничих фондів, коефіцієнт фондовіддачі;

б) коефіцієнт самофінансування, коефіцієнт використання позичкового капіталу, коефіцієнт витрат на придбання результатів НДДКР, коефіцієнт рентабельності інвестиційної діяльності;

в) коефіцієнт плинності кадрів, коефіцієнт частки спеціалістів, які виконують наукові та науково-технічні роботи;

г) коефіцієнт передпродажної підготовки, коефіцієнт зміни обсягів продажу, коефіцієнт доведення продукту до споживача, коефіцієнт рекламної діяльності.

6. Показниками рівня маркетингового забезпечення інноваційного розвитку підприємства є:

а) коефіцієнт оновлення продукції, коефіцієнт основних виробничих фондів, коефіцієнт фондовіддачі;

б) коефіцієнт самофінансування, коефіцієнт використання позичкового капіталу, коефіцієнт витрат на придбання результатів НДДКР, коефіцієнт рентабельності інвестиційної діяльності;

в) коефіцієнт плинності кадрів, коефіцієнт частки спеціалістів, які виконують наукові та науково-технічні роботи;

г) коефіцієнт передпродажної підготовки, коефіцієнт зміни обсягів продажу, коефіцієнт доведення продукту до споживача, коефіцієнт рекламної діяльності.

Література: 14, 22, 26, 32, 34, 39, 69.

Тема 4. СУЧАСНІ ОРГАНІЗАЦІЙНІ ФОРМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

4.1. Організаційні форми інноваційного розвитку
4.2. Науково-технічна кооперація в інноваційних процесах
4.3. Підходи до організації інноваційної діяльності

4.1. Організаційні форми інноваційного розвитку

Залежно від типу стратегії, яка реалізується, цілей і етапів життєвого циклу продуктів, на яких спеціалізується компанія, Юданов А. виділяє: підприємства *експлеренти*, підприємства *патієнти,* підприємства *комутанти* і підприємства *віоленти.* Поряд із ними розглядають венчурні підприємства.

Експлеренти. Підприємства експлеренти спеціалізуються на створенні нових або радикальній зміні старих сегментів ринку. У їх межах працюють потужні дослідні відділи і конструкторські бюро, впроваджуючи принципово нові продукти, експлеренти отримують надприбуток за рахунок високої наукомісткості цих продуктів і внаслідок піонерного виведення їх на ринок. За результатами досліджень експлеренти в 85 випадках із 100 зазнають краху, але за рахунок 15 випадків одержують величезний технічний, фінансовий і моральний успіх.

Стратегія експлерентів є найризикованішою. В той же час саме інновації, піонерне їх виведення на ринок створюють умови для «проривів» в обраній сфері діяльності. Саме тому у країнах світу існує державна підтримки таких фірм, тому що вони є важливою сферою підприємницької активності в галузі інновацій, реагування на зміни потреб і попиту. Як правило, підприємства-експлеренти вступають у партнерські відносини з фірмами патієнтами, віолентами, комутантами.

Патієнти. Патієнтна (нішева) стратегія типова для фірм, що стали на шлях вузької спеціалізації для обмеженого кола споживачів. Свої дорогі і високоякісні товари вони адресують тим, кого не влаштовує звичайна продукція.

Вони задовольняють потреби, які сформувалися під впливом моди, реклами або інших засобів зародження попиту і проявляють свою діяльність на етапах збільшення випуску продукції при падінні винахідницької активності.

Вимоги до якості і обсягів виробництва продукції у цих фірм пов'язані з проблемами заволодіння ринками, коли виникає необхідність прийняття рішення про проведення або припинення розробок, доцільність продажу або купівлі ліцензій тощо. Такі фірми вважаються прибутковими.

Комутанти. Комутантна (з'єднуюча) стратегія переважає при звичайному бізнесі в місцевих (локальних) масштабах. Сила місцевого неспеціалізованого підприємства в його кращій пристосованості до задоволення невеличких за обсягом потреб конкретного клієнта. Це шлях підвищення споживчої цінності не за рахунок надвисокої якості (як у патієнта), а за рахунок індивідуалізації послуги. Підвищена гнучкість комутантів дає змогу їм утримувати свої позиції в конкурентній боротьбі. Комутантна стратегія характерна для багатьох приватних і українських фірм.

Фірми-комутанти – це фірми, які діють у сфері середнього і дрібного бізнесу, і їх діяльність спрямовується на задоволення національних і місцевих споживачів на етапі падіння циклу випуску продукції. Їх науково-технічна політика полягає в тому, щоб забезпечити своєчасну постановку продукції на виробництво, прийняття рішення про технологічні особливості виробів, що виготовляються фірмами-віолентами. Приклад – невелика кав'ярня в невеликому місті, яка задовольняє потреби споживачів розуміючи їх, пристосовуючись до них.

Віоленти – це компанії, які діють у сфері крупного традиційного (стандартного) бізнесу, володіють крупним капіталом і високим рівнем технологій.

Віолентна (силова) стратегія таких компаній зорієнтована на використання інновацій, які здешевлюють виготовлення продукції, водночас забезпечуючи їй той рівень якості, якого вимагає основна маса споживачів. Стратегія є характерною для компаній, які діють у сфері стандартного виробництва, виробляючи продукцію середньої якості за низькими цінами. За рахунок цього забезпечується великий запас конкурентоспроможності. Прикладом використання такої стратегії є: автомобілі *«Тойота»*, *«Шевроле»*, холодильники *«Сіменс»*, *«Електролюкс»*, сигарети *«Мальборо»*, *«Кемел»*, кнопочні телефони *«Nokia»* та ін.

Науково-технічна політика фірми-віолента вимагає прийняття ряду важливих рішень: про запуск продукції у виробництво, зняття продукції з виробництва, інвестиції і розширення виробництва, заміну

парку машин і обладнання, придбання ліцензій. Ці фірми прибуткові і функціонують при транснаціональних корпораціях.

Венчурні компанії – переважно малі підприємства в прогресивних з технологічного погляду галузях економіки, що спеціалізуються у сферах наукових досліджень, розробок, створення і впровадження інновацій, пов'язаних із підвищеним ризиком. Поряд із ними розглядають фірми спін-офф і інвестиційні фонди, які в багатьох випадках фінансуються крупними компаніями, які самі не хочуть ризикувати, але контролюють цей ризик і у випадку успіху крупні компанії отримують готові новації.

Венчурний бізнес представлено самостійними невеликими фірмами, що спеціалізуються на дослідженнях, розробках, виробництві нової продукції. Їх створюють учені-дослідники, інженери, новатори. Цей бізнес поширений у США, Західній Європі, Японії. Як правило, венчурні фірми не займаються організацією виробництва продукції, а передають свої розробки іншим фірмам – експлерентам, патієнтам, комутантам. Венчурні фірми можуть бути дочірніми більших фірм.

Створення венчурних фірм передбачає наявність таких компонентів:

- ідеї інновації – нового виробу, технології суспільної потреби і підприємця, готового на основі запропонованої ідеї організувати нову фірму;

- ризикового капіталу для фінансування.

Їх перевагами є вузька спеціалізація; концентрація матеріально-технічних і фінансових ресурсів за обраним напрямком досліджень; можливість швидкої переорієнтації на інші напрямки. Конкуренція примушує венчурні фірми максимально скорочувати терміни науково-дослідних розробок, інтенсивно впроваджувати новизну у виробництво.

За кордоном, як правило, венчурні фірми користуються підтримкою держави та великих компаній, яким невигідно займатися розробкою нових технологій через ризик понести збитки. Тому в усьому світі до венчурного фінансування звертаються насамперед монополії, застосовуючи його, як інструмент розширення власного науково-технічного потенціалу.

Основними факторами, що сприяють розвитку венчурної індустрії, є: наявність науково-освітньої бази та потужного дослідницького сектора, потужні наукові школи; розвиненість

фінансових інститутів і ринків страхового та пенсійного секторів; наявність фондового ринку; політична і макроекономічна стабільність, стале економічне зростання; стабільний попит з боку держави та приватного секторів на наукові дослідження й розробки; наявність вільного капіталу.

Для України характерним є окремі із цих елементів, проте формування сфери венчурного бізнесу знаходиться на початковому етапі. Формування його розпочато із 1992 р. за переважної участі іноземного капіталу. За оцінками Мінекономіки, ринок венчурного капіталу в Україні сьогодні становить приблизно 10 млрд дол. (потенційний обсяг сягає 18000 млрд дол.) і нараховує більше 1083 зареєстрованих компаній; питома вага венчурних фондів складає 75,6 %.

На відміну від зарубіжних венчурних фондів, які спрямовують інвестиції у високоризиковану інноваційну сферу, вітчизняні венчурні фонди інвестували переважно у підприємства таких галузей, як будівництво, нерухомість, торгівля та ін. Найбільш великими компаніями є *Western NIS Enterprise Fund* (150 млн дол. США), *Sigma Blazer* (100 млн дол.), *Baring Vostok Capital Partners* (400 млн дол.), *Commercial Capital Group* (200 млн євро) та ін. Характеристика провідних суб'єктів венчурного інвестування в Україні представлена в табл. 4.1.

Компанія *«Техноінвест»* спеціалізується на інвестуванні ранніх стадій розвитку фірм і є глобальним партнером глобальної мережі фондів венчурної компанії *DFG*, виступає співорганізатором щорічної зустрічі в Кремнієвій Долині практиків венчурного бізнесу *Silicon Valley Open Doors.*

Для венчурного капіталу України характерним є: переважно неінноваційна спрямованість інвестицій та кредитування (переважають харчова промисловість, виробництво будівельних матеріалів, торгівля); доходність вкладень у цінні папери перевищує середню прибутковість банківських депозитів; попит на послуги венчурних фондів носить хаотичний характер при великому значенні особистісного чинника керівників підприємств; венчурне інвестування здійснюється переважно на базі вже існуючих підприємств; фактично відсутній корпоративний венчурний капітал; переважають венчурні фонди, а не компанії, що вимагає формування системи керуючих компаній.

Таблиця 4.1

Характеристика найбільших суб'єктів венчурного інвестування в Україні

Назва фонду / компанії	Рік відкриття в Україні	Розмір інвестованого капіталу, походження капіталу	Основні напрямки інвестування
Western NIS Enterprise Fund	1995	150 млн дол. США, засоби надані урядом США	Харчова промисловість, сільське господарство, виробництво будівельних матеріалів, фінансовий сектор, високі технології
Commercial Capital Group	1995	200 млн євро, іноземний капітал, ЄБРР	Роздрібна торгівля, виробництво товарів широкого вжитку, сфера сервісу
Sigma Blaser	1996	100 млн дол. США, іноземний капітал	Телекомунікації, програмне забезпечення, машинобудування
Barring Vostok Capital Partners («ING»)	1996	400 млн дол. США, іноземний капітал	Енергетика, телекомунікації
Euroventures Ukrainian Fund	1998	26 млн євро, засоби надані ЄБРР	Виробництво товарів широкого вжитку, фармацевтична галузь
Інвестиційна компанія «Інеко»	1994	Вітчизняний капітал	Енергетика, хімічна галузь, транспорт, пивоварна галузь
«Техноінвест»	2004	3 млн дол. США, засоби національних та зарубіжних інвесторів	Програмне забезпечення, сфера «високих» технологій

У створенні інновацій та їх практичному застосуванні важливу роль відіграє малий бізнес. Проте через невеликі масштаби діяльності він часто не спроможній реалізувати перспективну підприємницьку ідею самотужки, оскільки малі підприємства не мають відповідних коштів. Обмеженість фінансових ресурсів ускладнює і залучення

малими підприємствами технологічних інновацій. Тому для підтримки підприємницьких структур на етапі їх становлення створюють бізнес-інкубатори і центри трансферу технологій.

Бізнес-інкубатор – це організаційна структура, метою якої є формування сприятливих для стартового розвитку малих підприємств умов через надання їм певних послуг і ресурсів.

Початком цього бізнесу став проект одного американського соціолога: він орендував за безцінь нікому не потрібний старий вокзал, поділив його на невеличкі кімнати, найняв кваліфікованих юриста та економіста і дуже дешево здавав офіси для початківців малого бізнесу. Результати перевищили сподівання. Якщо із 100 бізнесменів-початківців на ринку залишалося 10-12, то в цьому бізнес-інкубаторі майже 30 % їх успішно перейшли з малого в середній бізнес, а значна кількість успішно заволоділа певною ринковою нішею.

До послуг, які надають бізнес-інкубатори, належать такі:

- Оренда площ (офісних, виробничих, лабораторних, конференц-залів);
- Технічно-адміністративне обслуговування (пошта, Інтернет, телефон, факс, офіс-секретар та ін.);
- Консультаційні (з бізнес-планування, юридичних, податкових інших питань);
- Економічні (послуги бухгалтера, фінансиста, економіста, маркетолога, менеджера);
- Інвестиційні (пошук інвесторів, залучення кредитів, створення кредитних союзів);
- Науково-технічні (впровадження нових технологій, ноу-хау, нових продуктів).

Типи інноваційних інкубаторі представлені на рис. 4.1.

Створюючи бізнес-інкубатор, важливо виважено підбирати його учасників. Критеріями відбору можуть бути: інноваційний характер діяльності створюваних фірм; потреба в консультуванні з питань загального менеджменту; наявність необхідного потенціалу розвитку фірм в регіоні; наявність необхідних ресурсів у бізнес-інкубатора для реалізації визначеної учасником цілі (площа під оренду, оснащення); взаємна зацікавленість у послугах з боку інфраструктури бізнес-інкубатора та окремих бізнес-структур; взаємне доповнення і можливість ефекту синергії.

Функціонування бізнес-інкубаторів приносить користь не тільки тим, хто набуває підприємницького досвіду в їх складі, а й регіону, в

якому вони створені. Як правило, тривалість перебування фірми в складі інкубатора обмежується трьома роками. Вважають, що після виходу з бізнес-інкубатора фірма має досягти такого рівня самостійності, який забезпечить їй ефективне функціонування.

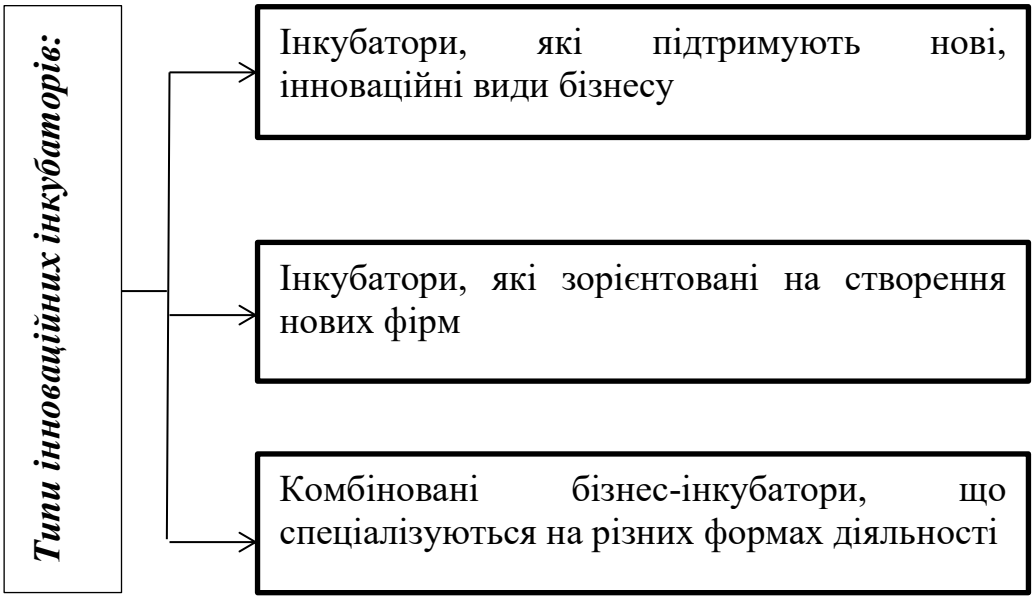

Рис. 4.1. Типи інноваційних інкубаторів

Прикладами утворення бізнес-інкубаторів в Харківській області є підписання Меморандуму з метою відкриття першого в Україні інноваційного бізнес-інкубатора Державної інноваційної фінансово-кредитної установи. Інкубатор буде розташованим на базі комп'ютерно-технологічного коледжу НТУ «ХПІ»

Не менш цікавим є молодіжний соціальний проект «Бізнес-інкубатор «План «Б». Проект розпочався в 2018 р. Він реалізується за підтримки Харківської обласної державної адміністрації. Метою проекту є створення платформи для сприяння у реалізації бізнес ідей серед студентів та молодих науковців закладів вищої освіти Харківської області та усіх бажаючих. Проект допоможе учасникам реалізувати свої бізнес ідеї, залучати доступні мікро-кредити, отримати безкоштовну консультацію та допомогу експертів.

Центри трансферу технологій – зорієнтовані на підтримку інноваційного розвитку підприємництва через надання допомоги у придбанні нових технологій. Це організації, які надають інформаційні, консультативні послуги з вибору технології для підприємницької

діяльності, розробляють стратегію її трансферу і здійснює юридичну підтримку процесу її передавання від розробника до споживача.

Тобто *трансфер технологій* – це розповсюдження науково-технічних знань прикладного характеру відносно процесів, методів виробництва та інноваційних продуктів всередині галузі, між галузями та між країнами, яке включає в себе комерціалізацію наукових розробок, тобто передачу нової технології (інновації) в комерційне використання, а також розповсюдження вже існуючих технологій.

Об'єктами трансферу технологій є основні її елементи, які найповніше відображають суть технології і які можна без зниження ефективності передати від власника технології до її покупця. Це: сама технологія, додаткова науково-технічна інформація, обладнання, ліцензії, документація, ін.

Для придбання технології потенційним покупцям важливо мати повну і достовірну інформацію про її характеристики, особливості застосування та умови передавання (трансферу).

Трансфер технологій містить у собі:

- передачу патентів на винаходи;
- патентне ліцензування (наданий власником патенту дозвіл на використання технічної документації або запатентованих винаходів);
- торгівлю безкоштовними винаходами;
- передачу технологічної документації;
- передачу «ноу-хау» (надання технічного досвіду і секретів виробництва, що включають відомості технологічного, економічного, адміністративного, фінансового характеру, використання яких забезпечує певні переваги);
- передачу супутніх технологічних відомостей під час придбання чи оренди (лізингу) обладнання і машин;
- інформаційний обмін у персональних контактах на семінарах, симпозіумах, виставках і т. п.;
- інжиніринг (надання технологічних знань, необхідних для придбання, монтажу і використання куплених або орендованих машин і устаткування);
- наукові дослідження та розробки у ході обміну вченими та експертами;
- проведення різними фірмами спільних розробок та досліджень;
- організацію спільного виробництва;
- організацію спільного підприємства.

За способом здійснення трансфери технологій поділяють на прямий трансфер і непрямий.

Прямий трансфер технологій – це процес передачі технології від власника безпосередньо підприємству – виробнику готової продукції. В такому процесі можуть брати участь безпосередньо винахідники або спеціалісти відповідного підрозділу щодо трансферу технологій, який створено при науковій установі.

Умови досліджень і розробок у сфері науки і техніки, що передбачають одержання дослідницькими колективами чи окремими дослідниками відповідного результату у вирішенні конкретної проблеми протягом визначеного строку, регулюються договорами на виконання науково-дослідних, дослідно-конструкторський і технологічних робіт.

За договором на виконання науково-дослідних, дослідно-конструкторських та технологічних робіт підрядник-виконавець зобов'язується провести обумовлені завданням замовника дослідження, розробити зразок нового виробу та конструкторську документацію на нього, нову технологію тощо, а замовник зобов'язується прийняти виконану роботу.

Норми про договори на виконання науково-дослідних, дослідно-конструкторських або технологічних робіт в Україні регламентуються Цивільним кодексом та положеннями про Договори підрядного типу. При їх укладанні потрібно враховувати:

1. Об'єктом підрядного договору є створення нової або обробка існуючої речі або виконання іншої подібної роботи, в той час як за договором на виконання науково-пошукових чи дослідно-конструкторських робіт досягнутим результатом є наукові дослідження, тобто результати інтелектуальної власності;

2. У договорах підрядного типу ризик випадкової загибелі предмету підряду або неможливості закінчення роботи несе підрядник, а в договорах на виконання науково-дослідних робіт ризик неможливості досягнення результату цих робіт покладається на замовника. Береться до уваги творчий характер робіт, при виконанні яких не завжди можна гарантувати успіх.

Непрямий трансфер технологій – це процес передачі технологій, одним з ключових учасників якого стає стороння організація – посередник між джерелом технологій та підприємством.

У цьому випадку механізмом трансферу технологій буде укладання договору про посередницькі послуги в сфері трансферу зі спеціалізованою компанією.

Враховуючи відмінності регіонів України за потужністю наукового потенціалу, концентрацію промислового виробництва, прямий трансферт технологій у великих наукових і промислових центрах доцільно здійснювати через центри трансферу технологій. В регіонах з низьким науковим потенціалом і концентрацією капіталу доцільно здійснювати трансфер технологій за допомогою непрямого трансферу.

За даними Держкомстату України кількість переданих вітчизняними підприємствами технологій починаючи протягом останніх років зменшується. Основну частину технологій придбано з устаткуванням, значну частку у вигляді результатів досліджень і розробок та за договорами на придбання прав на патенти, ліцензіями на використання винаходів, промислових зразків, корисних моделей та угодами на придбання ноу-хау. Зафіксовано факти придбання технологій разом з цілеспрямованим прийомом на роботу кваліфікованих фахівців.

Протягом останнього періоду майже 40 % загального обсягу нових технологій, необхідних для модернізації вітчизняної промисловості, було придбано за межами України, з них: 52 % – нові технології, «ноу-хау»; 42,8 % – устаткування.

Тобто вітчизняні підприємства підтримують не власну науку, а фактично, фінансують закордонних інноваторів. Майже п’ята частина наукового потенціалу України працює на закордонні замовлення.

4.2. Науково-технічна кооперація в інноваційних процесах

Організаційні форми інтеграції науки і виробництва: технопарки, технополіси, регіональні науково-технологічні центри, науково-технічні альянси та ін.

Технопарки – територіально відокремлені комплекси, засновані на базі провідного університету, що включає в себе наукові установи, промислові підприємства, інформаційні, сервісні, виставкові центри. Метою діяльності технопарків є розробка, комерціалізація, швидке просування наукових досягнень у виробничу сферу.

Компанії, які діють у межах технопарку, є самостійними юридичними особами. Діяльність технопарку фінансується за рахунок

коштів відрахувань фірм – складових технопарку, а також за рахунок державних і регіональних субсидій.

Прикладом технопарків в Україні є Інститут електрозварювання імені Патона. Сьогодні інститут представляє собою науково-технічний комплекс, до якого входять дослідне конструкторсько-технологічне бюро, експериментальне виробництво, три дослідницьких заводи, ряд інженерних центрів. У всіх його підрозділах працює близько 3500 осіб, із яких в інституті – 1700 осіб. Інститут здійснює проведення фундаментальних досліджень і пошукові розробки у галузі зварювання і суміжних процесів. Інститутом отримано біля 2600 патентів України, Росії, Дальнього зарубіжжя, більше 6500 авторських свідоцтв.

Технополіси – об'єднання наукових, інноваційних, науково-технічних парків і бізнес-інкубаторів на певній території з метою надання потужного імпульсу економічному розвитку регіону. Метою його створення є виробництво нової прогресивної продукції або розроблення нових наукоємних технологій на базі тісних відносин з університетами і науково-технічними центрами.

У технополісі поєднуються наука, техніка, підприємництво, здійснюється тісне співробітництво між академічною наукою, підприємцями, місцевими і центральними органами влади.

Технополіси можуть суттєво різнитися за масштабами, структурою та обсягом послуг, які надаються за рівнем наукомісткості, складом учасників. До складу технополісів можуть входити: науково-дослідні організації та установи; промислові підприємства; культурно-побутові об'єкти; комунальні та інформаційні мережі; проектно-конструкторські центри та дослідні виробництва; фінансово-кредитні установи; торговельні, посередницькі, консультаційні та інші структури.

Науково-дослідні, промислові та інші організації в технополісі самоорганізуються на основі спільної інфраструктури та інформаційної мережі, певної спеціалізації, а роль органів управління обмежується створенням базової інфраструктури, вирішенням різних організаційних питань; стимулювання науково-дослідної діяльності та сприятливого економічного клімату.

Зазвичай технополіси створюються в місцях розташування найбільших співтовариств учених та університетів; поряд із найбільшими промисловими компаніями і в місцях концентрації висококваліфікованих фахівців; на перетині найбільших авто- і

повітряних шляхів; у місцях із сприятливими природними та кліматичними умовами, високим культурним рівнем населення.

Ключовими факторами успішного розвитку технополісу можна вважати розроблення радикального плану його формування, створення критичної маси талановитих вчених, інженерів і підприємців, наявність тісних зв'язків академічної науки, промисловості та органів влади, широке залучення ризикового капіталу та інших фінансових ресурсів.

Нині таких структур у світі понад 400, зокрема: *Силіконова долина* (США), *«Кембриджський науковий парк»* (Англія), *«Кремнієвий острів»* (о. Кюсю, Японія).

Регіональні науково-технологічні центри (РНТЦ). Їх діяльність пов'язана з формуванням та здійсненням регіональної інноваційної політики, спрямованої на забезпечення економічного розвитку регіону.

Найвагоміші вигоди, які можуть мати влада та населення регіону від діяльності РНТЦ, полягають у тому, що:

- з'являються нові можливості в плануванні та координації регіональної інноваційної політики;
- розширюється використання високотехнологічних ресурсів місцевого значення;
- поліпшується екологічна обстановка, що сприяє економії коштів на охорону довкілля;
- завдяки зростанню кількості робочих місць скорочуються витрати бюджету, пов'язані з безробіттям;
- розширюються експортні можливості регіону, зростають надходження до місцевого бюджету за рахунок підвищення ділової активності;
- розвивається регіональна інфраструктура;
- поліпшуються умови для обміну науково-технічною інформацією та передовими технологіями в міжрегіональному і міжнародному масштабах;
- зростають освітянський та інтелектуальний рівні населення, економляться бюджетні кошти на протидію антисоціальним явищам;
- зростає рівень життя населення.

Від створення РНТЦ безумовно, мають користь і підприємницькі структури регіону, зокрема:

- використовуються прогресивні технології, впроваджуються ноу-хау тощо;

- збільшуються обсяги експорту продукції;
- зростають престиж і конкурентоспроможність продукції;
- стає можливим доступ до науково-виробничої бази та інтелектуальних ресурсів вищих навчальних закладів;
- з'являється можливість спільного використання найсучаснішого обладнання, що належить парку.

Науково-технічні альянси – це стійке об'єднання кількох фірм різних розмірів між собою з університетами, державними лабораторіями на основі угоди про спільне фінансування НДДКР, розроблення або модернізацію продукції. Вони є організаційною формою процесу глобального інтернаціонального поширення нових технологій.

Виникли вони наприкінці 80 рр. XX ст. за умов поширення між фірмової кооперації у сфері НДДКР.

З огляду на спрямованість діяльності науково-технічні альянси поділяють на: науково-дослідні, які створені для реалізації певного наукового проекту і науково-виробничі, які створені для розробки і виробництва нової продукції.

Фірми однієї галузі утворюють горизонтальні науково-технічні альянси, а фірми різних галузей – вертикальні.

З огляду на те, що більшість науково-технічних альянсів створюється для досягнення їх учасниками стратегічних конкурентних переваг, їх називають стратегічними альянсами.

Учасники альянсу вкладають свої кошти у формі інтелектуальних, матеріальних та інших ресурсів, а після досягнення результатів одержують за угодою свою частку інтелектуальної власності. Часто альянси розглядаються як проміжна ланка між формальною кооперацією і повним злиттям. Управління альянсом здійснюється або одним із провідних членів, або спеціально призначеним координаційним комітетом. Парадокс формування альянсів полягає в розширенні співробітництва корпорацій за умов жорсткої конкуренції між собою.

4.3. Підходи до організації інноваційної діяльності

За багаторічну історію здійснення інновацій компаніями розроблені найбільш ефективні принципи, форми і методи організації інноваційних процесів. Безумовно, в кожній галузі існує певна

специфіка організації інноваційної діяльності, однак розуміння загальних тенденцій в даній області представляється важливим.

1. Перший напрямок, який є властивим практично всім великим компаніям, – *децентралізація управління інноваціями.* Все більше і більше компаній делегують низовому рівню управління не тільки функцію НДДКР, а і розробку напрямів науково-технічної політики, рішення щодо оновлення асортименту, використання нових маркетингових технологій і т. ін. Таким чином, управління інноваціями набуває певної *У*-подібної форми.

На вищому рівні керівництва в материнської компанії розробляється глобальна стратегія інноваційної діяльності. Потім, проходячи через центральні служби, положення генеральної стратегії формуються в конкретні інноваційні цілі та завдання і спускаються на низовий рівень управління. Господарські підрозділи мають практично повну самостійність у визначенні методів і шляхів досягнення поставлених інноваційних стратегічних цілей. Однак оскільки фінансові ресурси для здійснення інноваційної діяльності, включаючи венчурні фонди, розподіляються централізовано, то інноваційні плани господарських підрозділів підлягають узгодженню з середньою ланкою управління.

У дрібних і середніх фірмах управління інноваційною діяльністю повністю централізовано, що обумовлено лінійною структурою.

У ТНК також відбувається процес регіоналізації інноваційної діяльності. Це пов’язано з тим, що реалізовувати глобальну стратегію часткової або повної адаптації можна тільки за рахунок посилення повноважень дочірніх компаній, що знаходяться на регіональних ринках. Поряд з центрами досліджень і розробок, що знаходяться в материнській компанії, все більша кількість науково-дослідних центрів відкривається в регіонах присутності. Наприклад, у компанії *Ericsson* мається 76 наукових центрів в різних регіонах, у *Nokia* – 52, у компанії *Intel* – 45 центрів.

2. *Інноваційний аутсорсинг або концепція відкритих інновацій* – фокусування компаній на розробках, в той час як прикладні дослідження віддаються на аутсорсинг венчурним фірмам і технопаркам, а фундаментальними дослідженнями займаються наукові інститути та лабораторії. Практика показує, що все більше число компаній в даний час переходить від класичної концепції ведення інноваційної діяльності до концепції відкритих інновацій (Г.

Чесбро) [1]. *Відкриті інновації* – це альтернативна парадигма ведення бізнесу, заснована на припущенні, що великим компаніям необхідно опиратися не тільки на внутрішні ідеї та дослідження, а й на зовнішні [1].

Створення інновацій – це творчий процес, результативність якого підвищується із збільшенням числа учасників, що володіють різним досвідом і знаннями. У розділ кута ставиться не першість на ринку (в силу відкритості такі інновації складно тримати в секреті), а загальна оптимізація бізнес-процесів, у тому числі значне удосконалення продуктів і послуг, а також зниження витрат. Відкриті інновації не зводяться до аутсорсингу окремих бізнес-процесів, вони припускають відкритість, безперервний двосторонній зв'язок і активну співпрацю великих корпорацій з малими інноваційними компаніями, вузами, спільнотами та іншими групами фізичних осіб. Іншими словами, передбачається вихід за рамки простих відносин «замовник – клієнт».

Існує кілька різних *моделей реалізації підходу відкритих інновацій*, головними з яких є конкурси ідей *(idea competitions)* і залучення потенційних клієнтів і покупців в доопрацювання нових продуктів на фінальній стадії *(customer immersion).*

Конкурси ідей часто проводяться у форматі змагань за рішенням кейсів *(case competitions),* що припускають матеріальну винагороду учасникам. Такі змагання особливо популярні серед великих гравців сектору FMCG.

Другий спосіб нерідко практикується в індустрії IT (наприклад, безкоштовне відкрите бета-тестування нових офісних пакетів *Microsoft Office* і комп'ютерних ігор серії *Command&Conquer* компанії *Electronic Arts* за кілька місяців до їх кінцевого релізу).

3. *Придбання підприємства-інноватора* (як правило, невеликого). Є найрадикальнішим способом придбання інновацій, що використовується великими підприємствами з потужним капіталом, які таким придбанням намагаються відгородити своє поточне налагоджене виробництво від новацій. Інновація залишається ізольованою в особливих правових і економічних межах і тим самим не перешкоджає функціонуванню поточного виробництва. Якщо інновація не приводить до успіху, куплене підприємство може бути знову проданим. Репутація основного підприємства від цього не постраждає.

У таких випадках управління інноваційною діяльністю полягає у знаходженні дрібних підприємств-інноваторів, які могли б стати

об’єктами придбання; перевірці цінності розроблених ними інновацій і оцінюванні економічних результатів їх використання в умовах великосерійного виробництва. Крім того, важливим завданням є формування таких організаційних відносин з придбаним підприємством, які забезпечили б його мобільність і здатність до продукування інновацій. Це передбачає збереження цілісності його організаційної структури, яка органічно вливається у структуру материнської компанії як відокремлений підрозділ – філія. Якщо інновація виявиться вдалою, то підприємство може реалізувати і наступальну стратегію.

Цікаво: у Росії відкриті інновації здебільшого застосовуються іноземними компаніями (наприклад, Microsoft Imagine Cip, конкурс ідей та програм для LG Smart TV, регулярні кейс-змагання Unilever, які проходять в рамках проекту Changellenge), в той же час в останні роки спостерігається зростаючий інтерес до даного інструменту з боку великих вітчизняних компаній: ОАО «Аерофлот», ЛФК «Система» (бренд «МТС»), КамАЗ та ін.

4. Інтеграція маркетингу в R&D

Нарешті, ще однією дуже важливою тенденцією є створення єдиних центрів R&D і маркетингу, коли маркетологи об’єднуються з вченими, інженерами, для того щоб створити найбільш конкурентоспроможний продукт. Для малих фірм об’єднання зусиль різних фахівців є нормою в силу більшої гнучкості організаційної структури і невеликої кількості персоналу. У великих компаніях функціональні структури часто дуже сильно ізольовані один від одного, і процеси інтеграції вимагають перегляду всієї організаційної структури.

З кінця 90-х рр. минулого століття великі компанії намагаються не просто використовувати матричні структури в організації інноваційної діяльності, а й значно вдосконалити їх за рахунок підвищення гнучкості та багатоваріативності.

5. *створення власних венчурних підрозділів для розробки високоризикових проектів* в компаніях не тільки сфери високих технологій, а й тих, що належать до традиційних галузей.

Контрольні питання:

1. Визначте зміст діяльності підприємств: експлерентів, патієнтів, комутантів, віолентів.

2. Що є метою діяльності венчурних компаній?

3. Визначте зміст та напрямки діяльності бізнес-інкубаторів. Наскільки вони є поширеними в Україні?

4. Визначте та охарактеризуйте основні типи інноваційних інкубаторів

5. Що є метою діяльності центрів трансферу технологій?

6. Назвіть і охарактеризуйте організаційні форми інтеграції науки і виробництва.

7. Якими є підходи до організації інноваційної діяльності. Назвіть їх і охарактеризуйте.

Тестові завдання:

1. Підприємства експлеренти спеціалізуються на:

а) створенні нових або радикальній зміні старих сегментів ринку;

б) створенні своїх дорогих і високоякісних товарів, які вони адресують тим, кого не влаштовує звичайна продукція;

в) задоволенні національних і місцевих потреб споживачів на етапі падіння циклу випуску продукції;

г) використанні інновацій, які здешевлюють виготовлення продукції, водночас забезпечуючи їй той рівень якості, якого вимагає основна маса споживачів.

2. Підприємства патієнти спеціалізуються на:

а) створенні нових або радикальній зміні старих сегментів ринку;

б) створенні своїх дорогих і високоякісних товарів, які вони адресують тим, кого не влаштовує звичайна продукція;

в) задоволенні національних і місцевих потреб споживачів на етапі падіння циклу випуску продукції;

г) використанні інновацій, які здешевлюють виготовлення продукції, водночас забезпечуючи їй той рівень якості, якого вимагає основна маса споживачів.

3. Підприємства комутанти спеціалізуються на:

а) створенні нових або радикальній зміні старих сегментів ринку;

б) створенні своїх дорогих і високоякісних товарів, які вони адресують тим, кого не влаштовує звичайна продукція;

в) задоволенні національних і місцевих потреб споживачів на етапі падіння циклу випуску продукції;

г) використанні інновацій, які здешевлюють виготовлення продукції, водночас забезпечуючи їй той рівень якості, якого вимагає основна маса споживачів.

4. Підприємства віоленти спеціалізуються на:

а) створенні нових або радикальній зміні старих сегментів ринку;

б) створенні своїх дорогих і високоякісних товарів, які вони адресують тим, кого не влаштовує звичайна продукція;

в) задоволенні національних і місцевих потреб споживачів на етапі падіння циклу випуску продукції;

г) використанні інновацій, які здешевлюють виготовлення продукції, водночас забезпечуючи їй той рівень якості, якого вимагає основна маса споживачів.

5. Венчурні компанії це:

а) компанії, метою яких є формування сприятливих для стартового розвитку малих підприємств умов через надання їм певних послуг і ресурсів;

б) переважно малі підприємства в прогресивних з технологічного погляду галузях економіки, що спеціалізуються на розробці, створенні і впровадженні інновацій, пов'язаних із підвищеним ризиком;

в) зорієнтовані на підтримку інноваційного розвитку підприємництва через надання допомоги у придбанні нових технологій;

г) територіально відокремлені комплекси, засновані на базі провідного університету, що включає в себе наукові установи, промислові підприємства, інформаційні, сервісні, виставкові центри.

6. Бізнес-інкубатор це:

а) компанія, метою якої є формування сприятливих для стартового розвитку малих підприємств умов через надання їм певних послуг і ресурсів;

б) зорієнтований на підтримку задоволення потреб споживачів;

в) зорієнтований на підтримку інноваційного розвитку підприємництва через надання допомоги у придбанні нових технологій;

г) територіально відокремлені комплекси, засновані на базі провідного університету, що включає в себе наукові установи, промислові підприємства, інформаційні, сервісні, виставкові центри.

7. Центри трансферу технологій:

а) компанія, метою якої є формування сприятливих для стартового розвитку малих підприємств умов через надання їм певних послуг і ресурсів;

б) зорієнтований на підтримку задоволення потреб споживачів;

в) зорієнтовані на підтримку інноваційного розвитку підприємництва через надання допомоги у придбанні нових технологій;

г) територіально відокремлені комплекси, засновані на базі провідного університету, що включає в себе наукові установи, промислові підприємства, інформаційні, сервісні, виставкові центри.

8. Технопарки – це:

а) компанія, метою якої є формування сприятливих для стартового розвитку малих підприємств умов через надання їм певних послуг і ресурсів;

б) зорієнтований на підтримку задоволення потреб споживачів;

в) зорієнтовані на підтримку інноваційного розвитку підприємництва через надання допомоги у придбанні нових технологій;

г) територіально відокремлені комплекси, засновані на базі провідного університету, що включає в себе наукові установи, промислові підприємства, інформаційні, сервісні, виставкові центри.

9. Технополіси - це:

а) об'єднання наукових, інноваційних, науково-технічних парків і бізнес-інкубаторів на певній території з метою надання потужного імпульсу економічному розвитку регіону;

б) компанія, метою якої є формування сприятливих для стартового розвитку малих підприємств умов через надання їм певних послуг і ресурсів;

в) зорієнтовані на підтримку інноваційного розвитку підприємництва через надання допомоги у придбанні нових технологій.

г) зорієнтований на підтримку задоволення потреб споживачів.

10. Науково-технічні альянси це:

а) стійке об'єднання кількох фірм різних розмірів між собою з університетами, державними лабораторіями на основі угоди про спільне фінансування НДДКР, розроблення, модернізацію продукції;

б) компанії, орієнтовані на виробництво продукції щоденного попиту;

в) компанії, діяльність яких спрямована на збільшення обсягу виробництва продукції;

г) компанія, метою якої є формування сприятливих для стартового розвитку малих підприємств умов через надання їм певних послуг і ресурсів.

Література: 14, 22, 26, 32, 34, 39, 69.

Тема 5. ГЛОБАЛЬНІ НАУКОВО-ТЕХНІЧНІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ КОМУНІКАЦІЇ В ІННОВАЦІЙНІЙ СФЕРІ

5.1. Інформаційне суспільство: суть, ознаки

5.2. Сучасна інформатизація суспільства та її вплив на інноваційні процеси

5.3. Окремі аспекти застосування комунікаційних технологій в трансферті технологій

5.1. Інформаційне суспільство: суть, ознаки

Інформаційне суспільство – це теоретична концепція постіндустріального суспільства, історична фаза можливого еволюційного розвитку цивілізації, в якій інформація і знання продукуються в єдиному інформаційному просторі. Головними продуктами виробництва інформаційного суспільства мають стати інформація і знання.

Характерні риси інформаційного суспільства:

- збільшення ролі інформації і знань в житті суспільства;
- зростання кількості людей, зайнятих інформаційними технологіями, комунікаціями і виробництвом інформаційних продуктів і послуг, зростання їх частки у валовому внутрішньому продукті;
- зростання інформатизації та ролі інформаційних технологій в суспільних та господарських відносинах;
- створення глобального інформаційного простору, який забезпечує ефективну інформаційну взаємодію людей, їх доступ до світових інформаційних ресурсів і задоволення їхніх потреб щодо інформаційних продуктів і послуг.

Вважається, що інформаційне суспільство володіє гігантським потенціалом для поліпшення якості життя всього людського співтовариства і кожної людини окремо, воно різко розширить можливості для підприємництва, оптимального використання ресурсів, розвитку складних послуг та освіти.

Інформація в історії розвитку цивілізації завжди відігравала визначальну роль і була основою для прийняття рішень на всіх рівнях і етапах розвитку суспільства і держави. В історії суспільного розвитку можна виділити кілька інформаційних революцій, пов’язаних із кардинальними змінами у сфері виробництва, обробки та обігу

інформації, що призвели до радикальних перетворень суспільних відносин. У результаті таких перетворень суспільство набувало в певному сенсі нову якість.

Перша інформаційна революція пов'язана з винаходом писемності, що призвело до гігантського якісного і кількісного стрибка в інформаційному розвитку суспільства. З'явилася можливість фіксувати знання на матеріальному носії, таким чином відчужувати їх від виробника і передавати від покоління до покоління.

Друга інформаційна революція (середина XVI ст.) викликана винаходом книгодрукування (першодрукарі Гуттенберг та Іван Федоров). З'явилася можливість тиражування та активного поширення інформації, зросла доступність людей до джерел знань. Ця революція радикально змінила суспільство, створила додаткові можливості залучення до культурних цінностей відразу великих верств населення.

Третя інформаційна революція (кінець XIX ст.) зумовлена винаходом електрики, завдяки якому з'явилися телеграф, телефон, радіо, що дозволяють оперативно передавати і накопичувати інформацію в значних обсягах. Слідство цієї революції – підвищення ступеня поширення інформації, підвищення інформаційного «охоплення» населення засобами мовлення. Підвищилася роль засобів масової інформації як механізмів поширення повідомлень і знань на великих територіях і забезпечення ними громадян, які проживають на них, підвищилася доступність членів суспільства до повідомлень і знань. Істотно зросла роль інформації як засобу впливу на розвиток суспільства і держави, з'явилася можливість оперативного спілкування людей між собою.

Четверта інформаційна революція (середина XX ст.) пов'язана з винаходом обчислювальної техніки і появою персонального комп'ютера, створенням мереж зв'язку та телекомунікацій. Стало можливим накопичувати, зберігати, обробляти і передавати інформацію в електронній формі. Зросли оперативність і швидкість створення й обробки інформації, в пам'яті комп'ютера стали накопичуватися практично необмежені обсяги інформації, зросла швидкість передачі, пошуку і отримання інформації.

На сучасному етапі відбувається черговий вибух технологічної і мирної соціальної революції – *становлення інформаційного суспільства.* Державі належить провідна роль у його формуванні. Вона впливає на діяльність різних суб'єктів суспільства в процесі його становлення, сприяє інтеграції людей в нове інформаційно-

технологічне оточення, розвитку галузей інформаційної індустрії, забезпеченню прогресу демократії і дотримання прав особистості в умовах інформаційного суспільства.

Інформаційна взаємодія держави, суспільства і особистості найбільш оптимальна при використанні інформаційних і телекомунікаційних технологій з метою підвищення загальної ефективності діяльності державного механізму, створення інформаційно відкритого суспільства, розвитку інститутів демократії.

Інформаційне суспільство, що є результатом впливу і проникнення інформації у всі сфери людського життя, має певні основи свого існування: економічні; правові; технологічні.

Економічними основами інформаційного суспільства є галузі інформаційної індустрії (телекомунікаційна, комп'ютерна, електронна, аудіовізуальна), які переживають процес технологічної конвергенції і корпоративного злиття, розвиваються найбільш швидкими темпами, мають вплив на всі галузі економіки і конкурентоспроможність країн на світовій арені. Відбувається інтенсивний процес формування світової «інформаційної економіки», що укладається в умовах глобалізації інформаційних, інформаційно-технологічних і телекомунікаційних ринків, виникненні світових лідерів інформаційної індустрії, перетворенні «електронної торгівлі» по телекомунікаціях у засіб ведення бізнесу.

Правовими основами інформаційного суспільства є закони і нормативні акти, що регламентують права людини на доступ до інформаційних ресурсів, технологій, телекомунікацій, захист інтелектуальної власності, недоторканність особистого життя, свободу слова, інформаційну безпеку. Інформаційна безпека суспільства і особистості набуває нового статусу із суто технологічної проблеми перетворюючись в соціальну, від вирішення якої залежить стійке функціонування сучасних товариств.

Технологічними основами інформаційного суспільства є телекомунікаційні й інформаційні технології, які стали лідерами технологічного поступу, невід'ємним елементом будь-яких сучасних технологій, сприяють економічному зростанню, створюють умови для вільного обігу в суспільстві великих масивів інформації і знань, спричиняють істотні соціально-економічні перетворення і, зрештою, становлення інформаційного суспільства, через яке також розкривається сутність сучасного розвитку конкретного суспільства, країни чи світової цивілізації.

Ознаки інформаційного суспільства:

- формування єдиного інформаційно-комунікаційного простору країни, як частини світового інформаційного простору;
- становлення і в подальшому домінування в різних сферах перспективних інформаційних технологій, засобів обчислювальної техніки і телекомунікацій;
- створення і розвиток ринку інформації і знань як факторів виробництва поряд із ринком природних ресурсів, праці і капіталу;
- зростання ролі інформаційно-комунікаційної інфраструктури в системі суспільного виробництва;
- підвищення рівня освіти, науково-технічного і культурного розвитку за рахунок розширення можливостей систем інформаційного обміну на міжнародному, національному і регіональному рівнях і, відповідно, підвищення ролі кваліфікації, професіоналізму і здібностей до творчості як найважливіших характеристик послуг праці;
- створення ефективної системи забезпечення прав громадян і соціальних інститутів на вільне одержання, поширення і використання інформації як найважливішої умови демократичного розвитку.

5.2. Сучасна інформатизація суспільства та її вплив на інноваційні процеси

Інформатизація суспільства означає перманентне перетворення комплексу умов і способів розгортання інформаційних процесів, постійне удосконалення засобів налагодження й розвитку інформаційно-комунікаційних зв'язків. Інформатизація суспільства втілюється в інформаційній діяльності, спрямованій на формування та використання інформаційних ресурсів.

Складові інформаційної діяльності:

- діяльність, яка стосується створення інформаційної бази (збір, обробка, впорядкування, зберігання інформації);
- діяльність щодо перетворення інформаційних ресурсів в інформаційні продукти (розроблення програмного забезпечення, проведення наукових досліджень, комп'ютерна графіка та ін.);
- діяльність з приводу тиражування й поширення інформаційних продуктів, забезпечення доступу до інформації.

Для створення та розповсюдження інформації потрібне належне інформаційне середовище, яке включає в себе цілу низку чинників:

техніко-технологічних, юридичних, соціокультурних. Йдеться про створення відповідних технічних засобів передавання інформації, функціонування телекомунікаційних мереж, розроблення і впровадження новітніх інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), формування банків даних, програмне забезпечення, фахову підготовку спеціалістів для інформаційного сектора, правове регулювання тощо.

Завдяки інформатизації досягається узгодження функціонування всіх підсистем суспільства: сфер виробництва, товарного обігу, фінансів, управління, освіти, науки, медицини, побутового обслуговування, охорони довкілля та ін.

Інформатизація бізнесу значно розширює горизонти підприємницької діяльності, підвищує його стабільність і конкурентоспроможність. Інформатизація країн створює умови для їх відповідного позиціонування у світі та налагодження міждержавних зв'язків.

Розвиток інформаційної діяльності пред'являє особливі вимоги до рівня інформаційно-комунікаційних технологій, які нині є серцевиною інформаційного середовища.

Еволюція інформаційно-комунікаційних технологій:

1. *50 – 60-ті роки XX століття* – з'являються обчислювальні машини, які можуть використовуватися лише спеціалістами-професіоналами для обробки інформації і потребують спеціальних мов програмування.
2. *У 70-ті роки* почали використовуватися міні-ЕОМ, інтерактивні операційні системи, орієнтовані на взаємодію декількох користувачів з ЕОМ. У цей період важливим чинником інформаційної діяльності стає програмне забезпечення.
3. *Наприкінці 70-х років* з'являється перший персональний комп'ютер, який зробив реальністю діалоговий режим роботи людини і машини.
4. *У 80 – 90-ті роки* персональні комп'ютери набули широкого розповсюдження. Головною властивістю інформаційних технологій у цей період стала обробка знань. Персональні комп'ютери нових поколінь дозволили всебічно опрацьовувати економічну інформацію і визначати оптимальні варіанти економічної поведінки користувачів. Була створена мережева організація інформаційних структур, яка забезпечувала інтерактивну взаємодію споживачів при використанні комп'ютерів.

5. *Глобальна інформаційна мережа Інтернет* створила умови для формування світових інформаційних потоків, швидкісного передавання та отримання інформації у будь-якому куточку світу.

6. У сучасних умовах розробники ІКТ концентрують свої зусилля на *удосконаленні апаратних засобів* (персональних комп'ютерів, мережевого обладнання, серверів, інженерних систем тощо), програмного забезпечення та диверсифікації послуг, пов'язаних з їх реалізацією. Також поступово опановуються нові сектори інформаційних технологій: безпровідний зв'язок, «кишенькова» техніка, розпізнавання мови та відеосигналу тощо.

Нині ІКТ відносять до низки так званих «конвергентних» технологій, які разом з нанотехнологіями, біотехнологіями та технологіями виробництва нових матеріалів утворюють шостий технологічний уклад, що уособлює найвищий ступінь розвитку технологій у сучасному суспільстві.

Інформатизація прискорює технологічні зміни в економіці через створення інформаційного підґрунтя для продукування нових знань, скорочення терміну їх перетворення на технології і масштабне динамічне розповсюдження нових технологічних досягнень. Завдяки інформатизації стає можливим стабільне формування технологічних пакетів, тобто комплексу технологій, необхідних не тільки для генерації нових знань, але й для їх промислового застосування.

Своєчасне інформування важливе для впорядкування діяльності вертикально інтегрованих виробництв при фрагментарній зміні технологій на окремій ділянці технологічного ланцюга. Нові технології часто стають «закриваючими» для певних видів продукції, тобто вони роблять традиційні види продукції непотрібними чи зменшують на них попит внаслідок появи більш якісної або принципово нової продукції.

Поширення «закриваючих» технологій внаслідок стрімкого розповсюдження інформації про них обумовлює проведення реструктуризації промислового виробництва. При цьому країна визначає для себе «критичні» технології, які є найбільш необхідними у даний період і які спроможні забезпечити інноваційне піднесення економіки в майбутньому.

Промислова трансформація виробництва також супроводжується відповідною розбудовою технологічної інфраструктури. Належна інформація сприяє розробленню інноваційних концепцій сучасного менеджменту, маркетингу, логістики. Завдяки їм приватні структури

переглядають основи свого бізнесу: функціонуючі бізнес-моделі, організаційні форми, цільову аудиторію, обирають нові варіанти стратегій інноваційного розвитку, що гарантують їм високий рівень конкуренто-спроможності.

Розгортання інформаційних процесів веде до підвищення інтелектуального потенціалу працівників, а отже, сприяє підвищенню інтелектуального потенціалу підприємств.

Електронна торгівля забезпечує прискорення реалізації товарів, надаючи споживачам необхідну інформацію про нові види продукції і послуги, канали та умови продажу. В сучасних умовах віртуальний характер торговельних зв'язків з'єднує разом різні країни та континенти, адже нині реальністю стали глобальні торговельні мережі.

Зараз завдяки інтерактивному діалогу споживачі перетворюються на учасників інноваційної діяльності, визначаючи ступінь задоволення новою продукцією та адресуючи свої нові запити до розробників інновацій. Внаслідок формування єдиного інформаційного простору стає можливою міжнародна інтеграція фінансової діяльності. Так, наприклад, Європейський парламент, задекларувавши створення єдиної платіжної зони євро, проклав шлях до інформаційної інтеграції національних платіжно-розрахункових систем країн Європейського Союзу [7, С.61].

Соціальними здобутками інформатизації є перехід до відкритості управління, кардинальні зрушення в системі освіти, створення умов для розв'язання проблеми зайнятості, посилення консолідації суспільства внаслідок віртуального спілкування підвищення соціального інтелекту в цілому, сприяння збереженню довкілля.

Інформатизація суспільства також значно змінила освітній простір. Комп'ютери все частіше використовуються для оприлюднення навчальних програм, презентацій підручників і навіть для контролю за навчанням школярів. Інтернет нині виступає головним джерелом наукової та навчальної інформації для більшості учнів і студентів.

Почала формуватися міжнародна мережа вищої освіти, яку відрізняють дистанційний характер навчання, адресно-групові чи індивідуальні навчальні проекти, а також самостійні тренінги. Характерною ознакою сучасності стало розповсюдження соціальних мереж, які віртуально поєднують людей у групи за інтересами. Вони також можуть об'єднувати фахівців чи експертів заради проведення

спільних наукових досліджень. Їх результатом стають «відкриті» інновації.

Комп'ютеризація та масове поширення сучасних інформаційних технологій сприяли появі нових робочих місць, а отже, створили умови для зменшення безробіття. Вони дали змогу багатьом людям отримати гідну роботу, підвищили її креативність і рейтинг. У суспільстві почалося формування інформаційної культури, важливими елементами якої є організаційні аспекти надання інформації, культура сприйняття і користування інформацією, вміння застосовувати сучасні інформаційні технології та технічні засоби, культура спілкування за допомогою ІКТ.

Важливим напрямком інноваційної діяльності суспільства є екологізація виробничих процесів. Інформаційні можливості суспільства нині активно використовуються для розроблення біо- та енергозберігаючих технологій, запровадження безвідходних виробництв, що важливо для збереження та природного відновлення довкілля.

Тобто інформатизація невіддільна від інноваційних зрушень у суспільстві. Вона виступає умовою і засобом генерації, опанування й розповсюдження нових знань, сприяє їх перевтіленню у технології, необхідні для отримання інноваційної продукції.

5.3. Окремі аспекти застосування комунікаційних технологій в трансферті технологій

Основу для формування науково-технічних та інформаційних комунікацій в інноваційній сфері України становить ряд законів, зокрема Закон України «Про науково-технічну інформацію», «Науково-технічну діяльність», «Про інформацію» та ін.

Відповідно до ст. 13 Закону України «Про наукову і науково-технічну діяльність» важливими суб'єктами формування системи науково-технічних та інформаційних комунікацій є Національний науковий центр, Національна академія наук України та галузеві академії наук (Українська академія аграрних наук, Академія медичних наук України, Академія педагогічних наук України, Академія мистецтв України та ін.).

Статус *національного наукового центру* надається науковій установі, вищому навчальному закладу IV рівня акредитації (об'єднанню наукових установ чи вищих навчальних закладів IV рівня

акредитації) що проводять комплексні наукові дослідження загальнодержавного значення та мають світове визнання своєї діяльності.

Національна академія наук України – вища наукова організація України, яка організує і здійснює фундаментальні та прикладні дослідження з найважливіших проблем природничих, технічних і гуманітарних наук, а також координує здійснення фундаментальних досліджень в наукових установах та організаціях незалежно від форм власності.

Галузеві академії координують, організують і здійснюють дослідження у відповідних галузях науки і техніки.

Важливою складовою системи науково-технічних та інформаційних комунікацій виступає *Державний реєстр наукових об'єктів.* Він формується з метою збереження унікальних наукових об'єктів: колекцій, інформаційних фондів, дослідних установок та обладнання, заповідників і дендропарків (наприклад, Дендрологічний парк «Олександрія», Державний дендрологічний парк «Тростянець»).

Законом України «Про науково-технічну інформацію» визначено створення в Україні правової бази для одержання та використання науково-технічної інформації, регулюються правові і економічні відносини громадян, юридичних осіб, держави, що виникають при створенні, одержанні, використанні та поширенні науково-технічної інформації, визначаються правові форми міжнародного співробітництва в цій галузі.

Цей закон формує основу для створення, використання та розповсюдження науково-технічної інформації, що є важливим для розробки та реалізації інноваційної політики в країні.

Об'єктом відносин у сфері науково-технічної інформації є документована на будь-яких носіях або публічно оголошувана вітчизняна і зарубіжна науково-технічна інформація.

Суб'єктами відносин у сфері науково-технічної документації є державні органи, органи місцевого і регіонального самоврядування, юридичні особи та громадяни України і особи без громадянства.

Взаємовідносини між суб'єктами, які формують науково-технічні та інформаційні комунікації формуються на ринку такої продукції. Дані питання врегульовані ст.14 Закону. Відповідно до неї органи науково-технічної інформації, підприємства, організації, громадяни, що здійснюють науково-технічну діяльність і вільно реалізують свою інформаційну продукцію та інформаційні послуги, є

товаровиробниками, які беруть участь у створенні ринку на загальних підставах незалежно від форм власності і мають право здійснювати будь-які дії стосовно реалізації своєї продукції, що не суперечать чинному законодавству.

Підприємства, установи і організації незалежно від форм власності, що здійснюють науково-технічну діяльність, є вільними у виборі постачальників інформації, форм відносин з ними, методів і видів інформування, а також номенклатури інформаційної продукції та послуг, крім випадків, коли власники цих підприємств, установ і організацій встановлюють певні вимоги щодо номенклатури продукції, сфери інформаційного обслуговування тощо.

Державні органи та служби науково-технічної інформації, які організують використання державних ресурсів науково-технічної інформації, здійснюють її пошук і передачу на безприбуткових засадах. У наукових і науково-технічних бібліотеках, які фінансуються з бюджету, науково-технічна інформація, що не потребує спеціального тематичного пошуку або копіювання, надається безоплатно.

Огляди, аналітичні і фактографічні довідки інші види інформаційної продукції, що готуються на основі аналізу, оцінки та узагальнення науково-технічної інформації (за винятком державних замовлень), реалізуються на комерційних засадах.

Державні органи та служби науково-технічної інформації, інші інформаційні центри, фірми, підприємства, установи і організації, які формують ресурси науково-технічної інформації за рахунок власних коштів, надають інформаційну продукцію і послуги на комерційних засадах.

У ході здійснення купівлі-продажу інформаційної продукції за рахунок власних коштів, надають інформаційну продукцію і послуги на комерційних засадах.

У ході здійснення купівлі-продажу інформаційної продукції повинні гарантуватися охорона прав інтелектуальної власності, державної та комерційної таємниці, законні права та інтереси власника і виробника інформаційної продукції і послуг.

Відносини між державними органами і службами науково-технічної інформації, підприємствами, установами, організаціями будь-яких форм власності, які здійснюють науково-інформаційну діяльність, і споживачами інформації будуються на основі контрактів (договорів) та на інших формах угод, передбачених чинним законодавством. Контракт (договір) є основним документом, що

регламентує відносини між виробником і споживачем інформації (ст. 16 Закону).

Міжнародні науково-технічні відносини – відносини з приводу обміну результатами науково-дослідницьких та дослідно-конструкторських робіт (НДДКР), спільного проведення країнами, підприємствами чи організаціями НДДКР з подальшим сумісним чи роздільним використанням їх результатів; спільного розроблення і використання науково-технічних нормативів, вимог і стандартів; обміну загальною науково-технічною, маркетинговою інформацією. Формами їх прояву є:

- Обмін загальною науково-технічною інформацією, накопичення останньої в банках даних для спільного використання, наприклад, для консультацій, зокрема обмін програмними продуктами;
- Укладання і реалізація контрактних угод щодо проведення НДДКР контрагентом з наступною передачею всієї інформації і права розпорядження результатами розробок замовнику (зокрема, права оформлення патенту і ліцензії на виробництво).
- Спільне проведення на основі прямих зв'язків партнерами з різних країн кооперaційних НДДКР щодо конкретного винаходу з наступним спільним володінням патентом і правом надання ліцензій (чи, що буває значно рідше, – роздільним).
- Реалізація міжнародних (за участю кількох країн або фірм) науково-технічних програм з розроблення важливих спеціальних проблем (наприклад, телекомунікаційна технологія чи біотехнологія) на основі спеціалізації та кооперації НДДКР.
- Виконання міжнародних комплексних науково-технічних програм.

До форм реалізації науково-технічних досягнень належать міжнародна передача технології та міжнародне технічне співробітництво.

Міжнародна передача технологій – це сукупність економічних відносин, які складаються між підприємствами різних країн у галузі використання зарубіжних науково-технічних досягнень.

Міжнародну передачу технології можна розглядати у широкому і вузькому розумінні. У вузькому розумінні – це передача власне технології або технології «в чистому вигляді», а в широкому – передача матеріалізованої технології. *Технологія в чистому вигляді* – методи і техніка виробництва товарів і надання послуг.

Матеріалізована технологія – це машини і обладнання. Передача технології об'єднує обидва поняття.

Міжнародні організації розглядають міжнародну передачу технології не як разових захід, а як тривалий процес, що містить:

- Відбір і придбання технології;
- Адаптацію і освоєння придбаної технології;
- Розвиток місцевих можливостей удосконалення технології з урахуванням особливостей національної економіки.

Технологія передається способами, які можна поділити на некомерційні і комерційні.

Способи *некомерційної передачі технології:*

- Надання науково-технічної інформації, тобто поширення відомостей про технології через літературні джерела, патенти, інформаційні листи, стандарти, тощо;
- Проведення виставок, ярмарків, конференцій, симпозіумів;
- Стажування спеціалістів;
- Спільні фундаментальні науково-технічні розробки.

Всі вищеназвані способи спрямовані на широкомасштабний пошук місць впровадження технології. Некомерційні способи, як правило, передують комерційним способам передачі технології.

Способи *комерційної передачі технології* залежно від складності реалізації можна поділити на три групи:

1. Власне передача технології:

- Виконання НДДКР за замовленнями;
- Ліцензування;
- Інжиніринг;
- Закупівля зразків техніки для імітації;
- Закупівля машин і обладнання;
- Лізинг машин і обладнання.

2. Спільне розроблення і використання технології:

- Координація НДДКР – взаємне інформування партнерів про плани науково-технічних розробок;
- Кооперування НДДКР на договірній основі;
- Спільне ведення НДДКР через залучення спеціалістів для роботи за кордоном чи організацію спільного колективу розробників.

3. *Промислове кооперування та спільне підприємництво* – у формі науково-технічного виробничого кооперування – спільного розроблення і спільного виробництва продукції в різних країнах; у формі спільних підприємств (СП).

Усі способи передачі технології в рамках окремої угоди можуть використовуватись у будь-якому поєднанні. Технологія передається двома каналами:

- внутрішньо-фірмовими;
- міжфірмовами.

Внутрішньо-фірмовий канал – це реалізація власних науково-технічних досягнень або зарубіжних досягнень в зарубіжних філіях фірми.

Міжфірмовий – це укладання ліцензійних, зовнішньо-торгових, кооперативних угод про спільне підприємництво між незалежними компаніями в різних країнах.

Основою міжнародної передачі технології є проведення НДДКР. На їх виконання передові промислово розвинені країни витрачають значні кошти, зосереджуючи у себе більшу частину результатів передових наукових досліджень. Це передовсім США, Японія, Німеччина, Франція, Англія та ін. Країни, які не мають змоги витрачати кошти на НДДКР, змушені купувати їх результати для підвищення свого економічного потенціалу.

Міжнародна передача технології може здійснюватися у таких формах:

а) *патентна угода* – міжнародна торгова операція, за якою власник патенту поступається правами на використання винаходу покупцеві;

б) *ліцензійна умова* – міжнародна торгова операція, за якою власник винаходу дає іншій стороні дозвіл на його використання в певних межах;

в) *ноу-хау* – передача технічного досвіду і секретів виробництва, використання яких забезпечує певні переваги в досягненні його кінцевої мети;

г) *угода на інжиніринг* – це угода на інженерно-консультаційні послуги покупцю для реалізації технічного проекту. Вони охоплюють широкий комплекс заходів із підготовки техніко-економічного обґрунтування проектів, проведення науково-дослідних робіт, здійснення консультацій, нагляду, випробування тощо.

д) *франчайзинг* – це надання великою «батьківською» фірмою права дрібній фірмі вести протягом певного періоду свою справу під її опіко та, використовуючи її обладнання, реалізовувати через неї свою продукцію.

Крім цього, технологія передається між країнами в межах угод про промислове співробітництво, про науково-технічну та виробничу кооперацію, про інвестиційне співробітництво тощо.

Міжнародне технічне сприяння є різновидом міжнародної передачі технології. Полягає воно у наданні країнам сприяння в сферах технології процесів, продуктів чи управління. Технічне сприяння спрямоване передовсім на підвищення технологічного рівня країн, що розвиваються, і країн перехідного до ринку періоду з метою прискорення їх розвитку та формування основ розвинутої ринкової економіки. Таке сприяння можливе як у технічній, так і в економічній чи інших сферах.

У економічній сфері воно надається найчастіше в розробленні програм економічного розвитку, статистики, грошової та бюджетної політики, техніко-економічного обґрунтування окремих проектів тощо. Серед організаційних видів технічного сприяння можна виділити технологічні гранти та співфінансування технічного сприяння.

Технологічні гранти – це безоплатна передача технології, технологічно містких товарів чи фінансових засобів для купівлі технології, навчання та підготовки персоналу, адаптації її до місцевих умов. Отримувач не бере ніякої фінансової участі в проекті, а лише виконує організаційні функції з приймання і розміщення технічної допомоги. Донор має право брати участь через своїх представників у розподілі допомоги і нагляді за її ефективним використанням.

Співфінансування технічного сприяння передбачає часткову участь отримувача технології у фінансуванні та організаційне забезпечення її розміщення і реалізації.

У міжнародній практиці жорсткого регулювання міжнародної передачі технології немає. Окремі угоди, програми та міжнародні організації обумовлюють правила поведінки та стимулюють розвиток ринку технологій. Зокрема, угода ВТО про пов’язані з торгівлею аспекти прав на інтелектуальну власність є міжнародним правовим документом, що регулює відносини (торгівлю) інтелектуальної власності щодо копірайту, торгової марки та знаку, географічної назви і промислового дизайну.

Угодою визначені стандарти з охорони інтелектуальної власності для країн-членів ВТО. Згідно з цією угодою країни-члени ВТО повинні дотримуватись Паризької конвенції із захисту прав інтелектуальної власності та Бернської конвенції із захисту авторських прав на твори

мистецтва та літератури. Водночас угода не забороняє країнам запроваджувати жорсткіші вимоги до дотримання прав на інтелектуальну власність.

MOIB – міжнародна організація з інтелектуальної власності – це спеціалізоване агентство системи ООН, пов'язане з питаннями технологій. Шляхом розвитку багатостороннього співробітництва сприяє захисту інтелектуальної власності – промислової власності (винаходів, торгових марок, промислового дизайну), копірайту на твори літератури і мистецтва, фотографії, відео та звукозапис.

Контрольні питання:

1. Визначте суть і характерні риси інформаційного суспільства.
2. Охарактеризуйте економічні, правові і технологічні складові інформаційного суспільства.
3. Назвіть і охарактеризуйте ознаки інформаційного суспільства.
4. Що розуміють під інформатизацією суспільства? Якими є складові інформаційної діяльності?
5. Назвіть і охарактеризуйте суб'єкти формування системи науково-технічних та інформаційних комунікацій.

Тестові завдання:

1. Інформаційне суспільство – це:

а) суспільство, в якому інформація і знання продукуються в єдиному інформаційному просторі;

б) економічна система, заснована на принципах вільного підприємництва, у якій роль основного регулятора економічних відносин відіграє ринок;

в) спосіб організації суспільних відносин, для якого характерний суворий централізм господарського життя на базі державної власності;

г) економічна система, у якій інформацію передають переважно у спонтанному порядку або за допомогою цінових сигналів, а більшість обмежених ресурсів (зокрема капітал) знаходиться у приватних власників.

2. Характерними рисами інформаційного суспільства є:

а) різноманіття форм власності на засоби виробництва; ринкове ціноутворення; договірні відносини між господарюючими суб'єктами (людьми, підприємствами і т. ін.); обмежене втручання держави в господарську діяльність;

б) збільшення ролі інформації і знань в житті суспільства; зростання кількості людей, зайнятих інформаційними технологіями, комунікаціями і виробництвом інформаційних продуктів і послуг;

в) високий рівень державного впливу на економіку, прогнозування основних макроекономічних показників, соціальна орієнтація державної політики;

г) соціальна спрямованість, скорочення майнової нерівності, піклування про малозабезпечені верстви населення.

3. Технологічними основами інформаційного суспільства є:

а) телекомунікаційні й інформаційні технології;

б) соціальна спрямованість, скорочення майнової нерівності, піклування про малозабезпечені верстви населення.

в) різні форми власності і господарювання;

г) орієнтація на вирішення соціальних і екологічних проблем.

4. Інформатизація суспільства спрямована на:

а) формування та використання інформаційних ресурсів;

б) вирішення соціальних і екологічних проблем;

в) скорочення майнової нерівності, піклування про малозабезпечені верстви населення;

г) високий рівень державного впливу на економіку, прогнозування основних макроекономічних показників, соціальна орієнтація державної політики.

5. Складовими інформаційної діяльності є:

а) діяльність, яка стосується створення інформаційної бази (збір, обробка, впорядкування, зберігання інформації), перетворення інформаційних ресурсів в інформаційні продукти;

б) планування, організація, мотивація, контроль, як функції управління;

в) спосіб організації суспільних відносин, для якого характерний суворий централізм господарського життя на базі державної власності;

г) економічна система, заснована на принципах вільного підприємництва, у якій роль основного регулятора економічних відносин відіграє ринок.

6. Глобальна інформаційна мережа *Інтернет* створила умови для:

а) зміни форм власності і господарювання в економіці країни;

б) формування світових інформаційних потоків, швидкісного передавання та отримання інформації у будь-якому куточку світу;

в) раціонального використання ресурсів в межах кожного окремого підприємства;

г) формування попиту і пропозиції на товари повсякденного вжитку.

7. Національна академія наук України це:

а) вища наукова організація України, яка організує, здійснює, координує здійснення фундаментальних досліджень в наукових установах та організаціях незалежно від форм власності;

б) організація, головним завданням якого є збереження унікальних наукових об’єктів: колекцій, інформаційних фондів, дослідних установок та обладнання, заповідників і дендропарків;

в) компанія, основним напрямком роботи якої є виконання міжнародних комплексних науково-технічних програм;

г) компанія з проведення виставок, ярмарків, конференцій, симпозіумів.

Література: 35, 52, 64, 73.

Тема 6. ІНФРАСТРУКТУРА РИНКУ ІННОВАЦІЙ

6.1. Склад та структура інноваційної інфраструктури та ринку інновацій

6.2. Інституційні механізми інноваційних процесів

6.1. Склад та структура інноваційної інфраструктури та ринку інновацій

Під *інноваційною інфраструктурою* розуміється сукупність взаємопов'язаних та взаємодіючих організацій, систем, необхідних і достатніх для ефективного здійснення інноваційної діяльності та реалізації нововведень. Інноваційна інфраструктура об'єднує організації різних видів: фірми, інвесторів, посередників, наукові та державні установи, які своєю діяльністю охоплюють увесь інноваційний цикл – від генерації науково-технічної ідеї до реалізації нововведень.

Метою створення інноваційної інфраструктури є забезпечення як комплексної інноваційної діяльності, так і збереження та розвиток науково-технічного потенціалу країни в інтересах суспільства, включаючи подолання спаду виробництва, його структурну перебудову, зміни номенклатури виробів, створення нової продукції, нових виробничих процесів.

Відповідно до цілей до складу інфраструктури інноваційної діяльності входять:

- *Виробничо-технологічна підсистема.* Прикладом елементів виробничо-технологічної підсистеми є технопарки, бізнес-інкубатори, технологічні кластери та ін.;
- *Фінансова підсистема* – інноваційні фонди, венчурні фонди, інші фінансові інститути (страхові, бюджетні);
- *Інформаційна підсистема* – державна система науково-технічної інформації; аналітичні, статистичні, інформаційні центри; регіональні інформаційні мережі; Глобальна Інтернет-мережа; бази даних;
- *Кадрова підсистема* – вищі навчальні заклади;
- *Консалтингова підсистема* – центри трансферу технологій, університеті, центри консалтингу;
- *Правова підсистема* – законодавчі акти, нормативні документи, мережа спеціалізованих правових інститутів.

Ринок інновацій для АПК формують наукові і освітні організації, тимчасові творчі колективи, творчі підрозділи комерційних підприємств, окремі вчені, винахідники. Покупцями інноваційного товару є сільськогосподарські підприємства, фермери, інші формування, які спеціалізуються на виробництві й супроводженні сільськогосподарської продукції та товарів для аграрного сектору.

Посередником між творцями інновацій для аграрного сектору та споживачами в усіх розвинутих країнах є консультаційні, впроваджувальні формування й інші спеціальні структури, які пришвидшують проходження інновацій до споживача.

Збільшення ринкової пропозиції інноваційної продукції висуває перед інноваційною структурою такі завдання:

- комерціалізація результатів інноваційної діяльності;
- надання їм форми товару;
- забезпечення виходу на ринок;
- сприяння успішній реалізації.

Це є важливим тому, що близько 18 % підприємств-респондентів відзначають нестачу інформації про ринки збуту; 16 % – відсутність попиту на інноваційну продукцію; 14,5 % – несприйнятливість підприємств до нововведень. Вважається, що існування цих проблем пов’язане із недостатньою увагою до таких форм інфраструктурного забезпечення інноваційної діяльності як розвиток торговельної мережі; маркетингової підтримки; реклами; виставкових комплексів; сервісного обслуговування інноваційної продукції.

Як система ринок інновацій має свою організаційну структуру і механізм функціонування. В організаційному плані ринок інновацій розвивається за трьома основними напрямками (рис.6.1.).

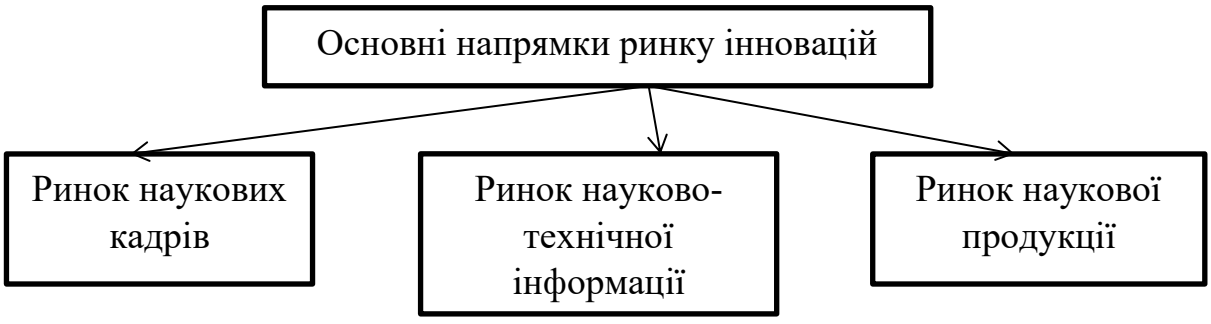

Рис. 6.1. Основні напрямки ринку інновацій

Головним джерелом інновацій виступає науково-технічна діяльність, містком для впровадження технологій у реальну економіку – трансфер технологій, а головним гравцем на ринку інновацій – наукові установи, університети, які перетворюють нові знання у додану вартість та матеріальні блага.

Функції ринку інновацій:

1. Забезпечення – задовольняє потреби споживачів у реалізації чи придбанні інноваційної продукції;
2. Регулювання – оптимально формує попит і пропозицію на науково-технічну продукцію і інноваційні послуги, що забезпечує їхній раціональний розподіл між суб'єктами інноваційної діяльності та встановлює рівень цін на них;
3. Інформування – є посередником при розповсюдженні інформації між учасниками інноваційного процесу;
4. Стимулювання – сприяє створенню конкуренто-спроможного інноваційного продукту, розширенню переліку інноваційних послуг і способів їх здійснення;
5. Санації – звільняє ринок від неконкурентоспроможних учасників.

6.2. Інституційні механізми інноваційних процесів

Інститути – це сукупність відокремлених від інших і пов'язаних між собою норм, правил, які регулюють певні відносини.

До числа інститутів інноваційної діяльності відносять:

- Підприємство – акумулює можливості, мотивації створення інновацій;
- Інститут кластеризації – механізм консолідації учасників інноваційного процесу за рахунок кооперації, спрямовані на створення інновацій, впровадження їх у виробництво;
- Інститут інтелектуального капіталу – фірми-інноватори, заклади освіти, наукові установи, Міністерство освіти, Міністерство юстиції, центри перепідготовки кадрів та ін.
- Інститут ринку;
- Інститут права;
- Інститут держави та ін.

Їх взаємодія дозволяє сформувати систему ефективно функціонуючих державних і недержавних інститутів підтримки і стимулювання розвитку інноваційної діяльності, безпеки інноваційної

сфери та впровадження її результатів, формування нормативно-правового, інтелектуально-кадрового, ресурсного та фінансово-інвестиційного забезпечення інноваційної діяльності.

На сьогодні Україна володіє значним потенціалом науково-технологічного та інноваційного розвитку, за індексом розвитку людського потенціалу країна посідає 78-е місце серед 178-х країн світу, індекс рівня освіти населення навіть дещо перевищує середній індекс країн Східної Європи та СНД. Проте рівень використання результатів науково-дослідних робіт та інноваційної діяльності в цілях посилення життєздатності та конкурентоспроможності суб'єктів реального сектору національної економіки є недостатнім. То ж спостерігається технологічне відставання, нерозвиненість внутрішнього ринку високотехнологічної продукції та зниження рівня економічної безпеки держави.

Світовий досвід свідчить, якщо у ВВП держави частка інноваційної продукції складає менше 20%, то національна економіка втрачає конкурентоспроможність. Відповідний європейський показник становить 25-35% обсягу ВВП, в Китаї – 40%. В Україні зростання ВВП на основі нових технологій становить лише 0,7%, що потребує вжиття термінових стимулюючих заходів з метою активізації інноваційної діяльності в Україні з боку держави, оскільки сучасні механізми саморегулювання вітчизняного ринкового середовища неспроможні самостійно забезпечити прогресивні структурні зрушення у інноваційно-технологічній сфері розвитку економіки.

Однією із причин недостатньо позитивних тенденцій в інноваційній сфері є недосконале інституційне забезпечення та неефективний механізм державного регулювання інноваційної діяльності, зокрема:

- в частині дотримання ключових положень інституційного базису, зокрема законодавства. Законодавчі та нормативно-правові акти сформували законодавчу-правову основу інноваційного розвитку економіки. Проте, наявність істотних недоліків, пов'язаних із неефективністю законодавчо-правового управління інноваційними процесами на всіх рівнях системної ієрархії, актуалізують необхідність удосконалення елементів системи інституційно-правового забезпечення інноваційної безпеки України.

- в Україні так і не завершено процес формування організаційної компоненти інституційного забезпечення інноваційної діяльності. Йдеться про сукупність державних організацій, установ, приватних

підприємств, громадських, асоціативних об'єднань, орієнтованих на досягнення цілей і виконання завдань стратегій інноваційного розвитку. Так, в Україні на інноваційний розвиток спрямовується діяльність наукових центрів Національної академії наук України, Міністерства економічного розвитку та торгівлі, Міністерства освіти і науки, молоді та спорту України, обласних підрозділів Українського науково-дослідного інституту науково-технічної і економічної інформації, проте жодна з цих структур не є відповідальною за інноваційну політику як єдиний представник уряду.

- несформованою залишається підсистема недержавного забезпечення інноваційної безпеки. Натомість, практично не стимулюється та не ініціюється створення технопарків та інших суб'єктів інноваційної інфраструктури (технополісів, інноваційних кластерів, венчурних фондів, бізнес-інкубаторів). Як наслідок, суб'єкти інноваційної інфраструктури, з метою зниження ризиків, надають перевагу короткостроковим кредитам і фінансуванню низькотехнологічних галузей (будівництво, нерухомість).

- незавершеність формування та непрозорість процесу стратегічного програмування, відсутність доступу суб'єктів інноваційної діяльності до інформації *112 Actual problems of international relations* про попит та пропозицію інноваційної продукції, що безпосередньо пов'язана з організаційним та інформаційним забезпеченням інноваційного діяльності.

Таким чином, потрібною є активізація дій держави у сфері удосконалення інституційно-правових, інституційно-організаційних, інституційно-економічних механізмів та інструментів управління інноваційною безпекою у складі інституціонально-економічного; інституціонально-правового і інституціонально-організаційного механізму.

Інституціонально-економічний механізм спрямований на врегулювання попиту на інновації і її пропозиції, створення конкурентного середовища в інноваційній сфері і стимулювання розвитку інноваційно активного підприємництва; на розроблення системи пріоритетів та стимулів, для зростання обсягів інноваційних витрат, шляхом реалізації наступних заходів: стимулювання державою створення спеціалізованих інноваційних банків та фондів довгострокового кредитування інноваційних проектів; використання диференційованої ставки податку на прибуток; створення системи пільгового рефінансування; заохочення фінансових інститутів до

купівлі акцій підприємств, що виробляють інноваційну продукцію; зниження норми резервування для комерційних банків, які здійснюють кредитування інноваційних проектів та ін.

Інституціонально-правовий механізм спрямований на встановлення та охорону прав суб'єктів інноваційної діяльності щодо володіння, користування і розпорядження продуктами інтелектуалізації.

Інституціонально-організаційний механізм спрямований на сприяння розвитку інноваційної інфраструктури, моральне стимулювання інтелектуально-інноваційної діяльності, створення умов для забезпечення пріоритетності інноваційної діяльності, інтелектуально-кадрове та маркетингове забезпечення інноваційного розвитку. Це:

- узгодження та підвищення ефективності діяльності державних інститутів інноваційної сфери та створення компетентних підрозділів на різних рівнях управління інноваційною безпекою;
- недержавне управління інноваційною безпекою з метою підвищення ефективності функціонування інститутів інноваційної сфери через зниження трансакційних витрат;
- формування інститутів громадянського суспільства, діяльність яких повинна бути спрямована на здійснення контролю за діяльністю державних органів влади та експертизи проектів нормативно-правових актів та стратегічних документів;
- розроблення, узгодження та впровадження програм, концепцій, положень з реалізації стратегічних пріоритетів інноваційної безпеки держави;
- інформаційне забезпечення інноваційного розвитку держави через створення інформаційно-аналітичних центрів збору, аналізу та розповсюдження інформації про стан інноваційної безпеки на різних рівнях управліннях державою;
- формування інституційних умов для розвитку інноваційної інфраструктури;
- ідеологічні заходи формування і утвердження постіндустріальної технологічної культури.

Одним із елементів інноваційної інфраструктури є *фонди.* Відомим фондом є *Фонд Жана Моне*, який інтегрувався у *фонд Erasmus* – освітня програма ЄС, реалізація якої спрямована на підвищення рівня знань по питанням європейської інтеграції шляхом стимулювання викладацької і наукової роботи.

В рамках реалізації Програми ЄС виділяє кошти університетам для початкового етапу викладання дисциплін, які пов'язані із тематикою Євроінтеграції.

Основними напрямками програми є:

1. Європейські модулі Жана Моне – курси за питаннями євроінтеграції для студентів, викладачів, для дорослого населення. Максимальний розмір гранту за цим напрямком на 3 роки – 21000 євро;
2. Створення посад (кафедр), які спеціалізуються на євроінтеграції, викладають нові дисципліни і здійснюють наукову роботу в даній сфері. Максимальний обсяг гранту на 3 року – 45000 євро;
3. Надання грантів провідним професорам по євроінтеграції при реалізації науково-дослідних проектів, при підготовці публікацій з питань євроінтеграції, конференцій, дебатів. Максимальний обсяг гранту – 45 000 євро.
4. Підтримка асоціацій професорів і науковців по питанням євроінтеграції.

Учасниками програми можуть бути університети, асоціації науковців, викладачів з питань євроінтеграції, державні структури, приватні суб'єкти, які пропонують різні освітні послуги та тренінги.

Щорічно в січні-лютому проводиться конкурс проектів для участі в програмі *Erasmus*.

Цікавою програмою підтримки наукових досліджень є *Програма «Горизонт 2020».* Це грантова Програма ЄС з питань проведення наукових досліджень і інноваціям. Бюджет Програми (2014-2020) складає 80 млрд дол.

Основними напрямками інвестування є:

- Передова наука;
- Індустріальне лідерство;
- Соціальні виклики.

Фондом можуть бути профінансовані стартові гранти для підтримки вчених, які здійснюють наукові дослідження протягом 2-7 років після захисту дисертаційного дослідження на суму 2 млн євро протягом 5 років, гранти для перспективних учених, гранти на спільну діяльність.

Контрольні питання:

1. Визначте суть та складові інноваційної структури.
2. Назвіть та охарактеризуйте підсистеми інфраструктури інноваційної діяльності.
3. Якими є основні напрямки ринку інновацій? Назвіть їх і охарактеризуйте.
4. Назвіть основні інститути інноваційної діяльності.
5. Якою є роль інституту держави в управління інноваційними процесами? Обґрунтуйте свою точку зору.

Тестові завдання:

1. Інноваційна структура представлена:

а) сукупністю організаційних структур підприємства;

б) фірмами, інвесторами, посередниками, науковими та державними установами, які своєю діяльністю охоплюють увесь інноваційний цикл;

в) сукупністю цілей діяльності підприємства;

г) сукупністю методів та інструментів регулювання розвитку інноваційної сфери.

2. До підсистем інфраструктури інноваційної діяльності належать:

а) виробничо-технологічна, фінансова, інформаційна, кадрова, правова підсистеми;

б) фірми, інвесторів, посередників, наукові та державні установи, які своєю діяльністю охоплюють увесь інноваційний цикл;

в) ринок наукових кадрів, науково-технічної інформації і наукової продукції;

г) сукупність відокремлених від інших і пов’язаних між собою норм, правил, які регулюють певні відносини.

3. До числа інститутів інноваційної діяльності відносять:

а) комерціалізація результатів інноваційної діяльності;

б) виробничо-технологічна, фінансова, інформаційна, кадрова, правова підсистеми;

в) підприємство, ринок, держава, інтелектуальний капітал;

г) сукупність взаємопов’язаних та взаємодіючих організацій, систем, необхідних і достатніх для ефективного здійснення інноваційної діяльності та реалізації нововведень.

4. Фонд *Erasmus* – це:

а) грантова Програма ЄС з питань проведення наукових досліджень і інноваціям;

б) складова фонду підтримки розвитку аграрного сектору економіки;

в) джерело фінансування функціонування і розвитку венчурних компаній;

г) освітня програма ЄС, реалізація якої спрямована на підвищення рівня знань по питанням європейської інтеграції шляхом стимулювання викладацької і наукової роботи.

5. Програма *«Горизонт 2020»* – це:

а) грантова Програма ЄС з питань проведення наукових досліджень і інновацій;

б) складова фонду підтримки розвитку аграрного сектору економіки;

в) програма становлення і розвитку економіки України;

г) джерело фінансування функціонування і розвитку венчурних компаній.

Література: 8, 13, 37, 77.

Тема 7. ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

7.1. Необхідність державної підтримки інноваційних процесів

7.2. Держава як головний суб'єкт підтримки інноваційного підприємництва

7.1. Необхідність державної підтримки інноваційних процесів

Необхідність державної підтримки інноваційних процесів зумовлена:

- масштабністю витрат на проведення наукових досліджень і реалізацію їх результатів, пов'язаних із пошуком і придбанням науково-технічної інформації;
- підготовкою персоналу, здатного до плідної науково-технічної діяльності;
- матеріально-технічним забезпеченням фундаментальних та проектно-конструкторських робіт;
- експертизою, патентуванням, сертифікацією нової продукції і т. ін.

Крім того, існують інноваційні процеси, витрати на які несе все суспільство, вони не можуть здійснюватися на комерційних засадах. Це фундаментальні наукові дослідження, інновації, спрямовані на задоволення потреб суспільства загалом (екологія, оборона і т. ін.).

Здійснення державного регулювання інноваційної діяльності відбувається шляхом:

- визначення і підтримки пріоритетних напрямів інноваційної діяльності державного, галузевого, регіонального і місцевого рівнів;
- створення нормативно-правової бази та економічних механізмів для підтримки і стимулювання інноваційної діяльності;
- фінансова підтримка виконання інноваційних проектів;
- стимулювання комерційних банків та інших фінансово-кредитних установ, що кредитують виконання інноваційних проектів;
- встановлення пільгового оподаткування суб'єктів інноваційної діяльності;
- підтримка функціонування і розвитку сучасної інфраструктури.

Функції держави в управлінні інноваційними процесами не передбачають прямого державного втручання в організацію інноваційної діяльності та повного фінансування процесів створення і поширення інновацій. Централізованим має бути лише вироблення науково-технічної політики, у тому числі прогнозування, планування та стимулювання програм досліджень і розробок, забезпечення збереження навколишнього середовища, підготовка наукових кадрів, оснащення організацій, що займаються фундаментальними дослідженнями.

Держава має забезпечити:

- правову і інституціональну структури та надати їм функції задля прискорення підприємництва та бізнесу з використанням інноваційних технологій;
- податкову і кредитну системи, які стимулюють підприємництво та інноваційну діяльність;
- підтримку інноваційної діяльності задля економічного зростання у сфері виробництва товарів та послуг.

Для ринку виробництва на інноваційних засадах *держава повинна* використовувати інструменти структурного та інвестиційного регулювання, а *для оздоровлення фінансового стану* – інструменти фінансово-бюджетного та грошово-кредитного регулювання.

Держава повинна створити умови активізації капіталовкладень як загальних, так і інноваційних. Практика ринкових країн свідчить, що співвідношення капіталовкладень державних і приватних здебільшого складається у пропорції 1:9, тобто із значною перевагою приватних підприємств і корпорацій. Але роль держави у цьому процесі є дуже великою. Найважливішою у цьому процесі є інвестиційна підтримка підприємств і корпорацій. Вона повинна допомогти підприємцям закріпити свою власність і мати фінансову основу нагромаджувати її. Фінансовими ресурсами мають бути не лише власні кошти підприємців, але й доступні банківські кредити, прямі іноземні інвестиції.

Держава реалізує свою політику через державну інноваційну політику. *Державна інноваційна політика* – сукупність форм і методів діяльності держави, спрямованих на створення взаємопов’язаних механізмів інституційного, ресурсного забезпечення підтримки та розвитку інноваційної діяльності, на формування мотиваційних факторів активізації інноваційних процесів.

Її реалізація передбачає: визначення пріоритетів інноваційного розвитку країни; формування нормативно-правового поля для встановлення норм і правил взаємовідносин між державними інституціями та інноваційними суб'єктами підприємницької діяльності; використання прямих і опосередкованих методів підтримки інноваційної діяльності з метою її активізації (рис. 7.1.).

Головної метою державної інноваційної політики є створення умов для ефективного відтворення, розвитку й використання науково-технічного потенціалу країни, забезпечення впровадження сучасних екологічно чистих, безпечних, енерго- та ресурсозберігаючих технологій, виробництва та реалізації нових видів конкурентоспроможної продукції.

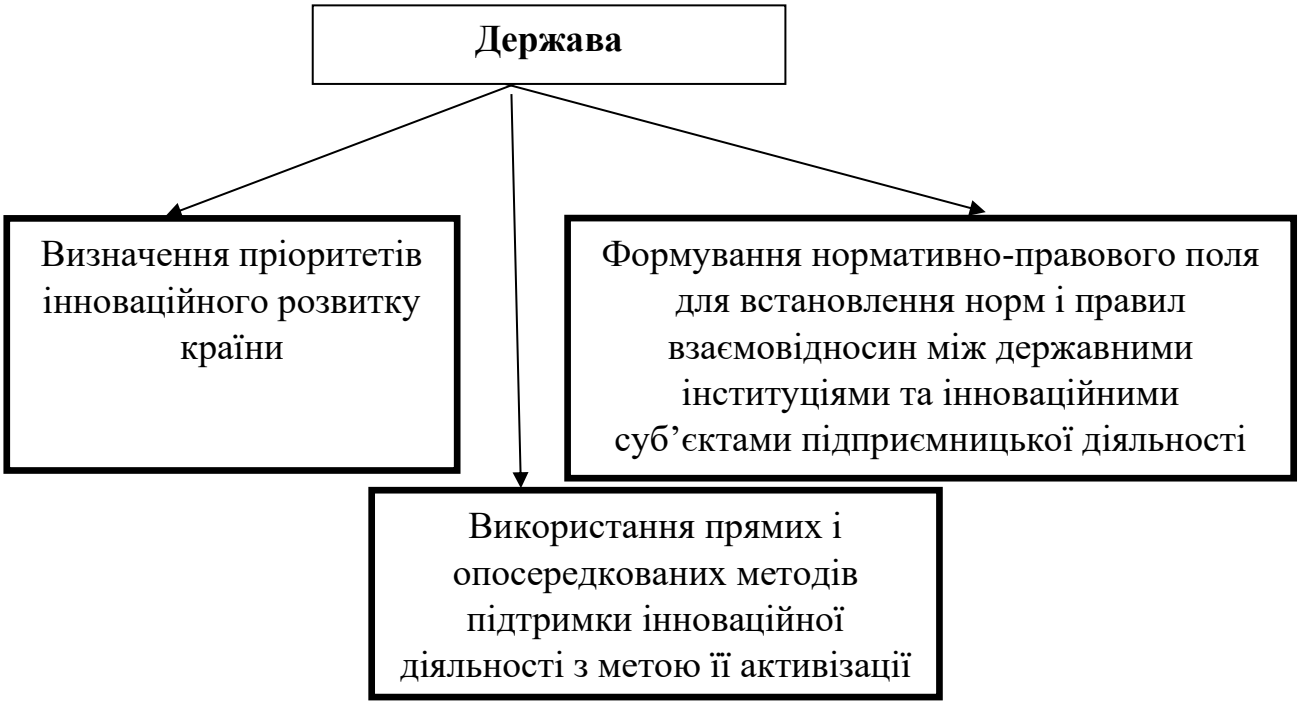

Рис. 7.1. Складові державної інноваційної політики

Залежно від стратегічних завдань країни у сфері економіки виділяють наступні типи державної інноваційної політики: політика технологічного поштовху; політика «ринкової орієнтації», політика «соціальної орієнтації», політика, націлена на зміни економічної структури господарського механізму

Політика технологічного поштовху. Пріоритетні напрямки науково-технологічного та інноваційного розвитку визначає держава. Вона передбачає розробку різних державних програм, спрямування капіталовкладень у масштабні інноваційні проекти.

Здійснюючи таку політику, держава підтримує лише довгострокові інноваційні проекти, які з огляду на великі фінансові вкладення можуть реалізовуватися лише потужними підприємствами. Малі підприємства залишаються за бортом, і як правило, впроваджують поліпшувальні інновації, інновації «навздогін». Тому така інноваційна політика дає позитивні результати за умов, коли малий бізнес включається в інноваційні процеси через входження у «технологічні ланцюжки» великих фірм (Японія, Південна Корея).

Такий варіант інноваційної політики ґрунтується на наявності науково-технічних і соціально-економічних проблем, розв'язати які можна завдяки розробці відповідних державних програми, великих капіталовкладень та інших прямих форм державної участі. Подібну політику здійснював уряд США в 40–50-х роках у період розквіту, коли виникли і швидко поширились нові технологічні напрямки в галузі електроніки, створення ЕОМ, засобів зв`язку, авіабудування тощо. Така стратегія в різні періоди була характерна для Франції та Великобританії

Політика «ринкової орієнтації». Провідна роль в ній належить ринковому механізму в розподілі ресурсів та визначенні напрямів розвитку науки і техніки, а також обмеженню ролі держави в стимулюванні фундаментальних досліджень.

Політика зорієнтована на формування сприятливого економічного клімату і розвиток інформаційного середовища для здійснення нововведень у фірмах, скорочення прямої участі держави в НДДКР, прямих форм регулювання, які перешкоджають стимулюванню ринкової ініціативи та ефективній перебудові ринку.

Спрямована політика на короткострокові й недорогі інноваційні проекти, що реалізуються окремими фірмами. Відсутність у багатьох вітчизняних фірм можливості фінансувати наукові дослідження у перспективних напрямках спричиняє відставання навіть у тих сферах, де сформований достатній науковий потенціал для створення найсучасніших новацій, проте є проблема в його комерціалізації.

Ця політика була пріоритетною в 70-ті роки XX ст. у США, Німеччині, Японії; на початку 80-х років поворот до неї намітився у більшості розвинутих країн, а в середині 90-х років, з початком ринкових перетворень, – і в Україні.

Політика «соціальної орієнтації». Передбачає соціальне регулювання наслідків НТП: процеси прийняття рішень відбуваються із залученням широких кіл громадськості. Орієнтація лише на цю

політику зумовлює певне відставання її від провідних країн світу. Тому цей тип політики слід поєднувати з іншими її типами у такий спосіб, щоб це сприяло економічному розвитку держави.

Політика, націлена на зміни економічної структури господарського механізму. Зорієнтована на розв'язання соціально-економічних проблем за допомогою передових технологій, зміни галузевої структури у бік розвитку наукомістких технологій і сфери її обслуговування. Це заохочує розвиток інтелекту і потребує нових форм організації і механізмів управління розвитком науки і техніки, а також їх взаємодії.

За рівнем і формами підтримки у світовій практиці прийнято виділяти державні стратегії активного втручання, децентралізованого регулювання і змішані. При здійсненні *стратегії активного втручання* держава визнає наукову, науково-технічну та інноваційну діяльність головними і визначальними факторами економічного зростання національної економіки. Зазвичай, обрання даної стратегії допускає істотні зміни в законодавстві і в зовнішній політиці держави. Подібна стратегія використовується державою в таких країнах, як Японія, Франція, Нідерланди. Держава не тільки виконує орієнтуючі функції, але й відіграє активну роль в організації і фінансуванні багатьох важливих програм і проектів, здійснення яких робить вагомий внесок у розвиток національної економіки.

Стратегія децентралізованого регулювання – більш складний механізм участі держави в науково-технічній та інноваційній діяльності. Держава, що обрала цю стратегію зберігає важливу роль, але при цьому не має твердих директивних зв'язків, характерних для стратегії активного втручанням. Дана стратегія реалізується в США, Великобританії. Вплив держави на науково-технічну та інноваційну діяльність здійснюється за основними напрямками. Так, держава створює інфраструктуру інноваційної сфери; формує умови, що сприяють підвищенню інноваційної активності всіх учасників інноваційної сфери; виділяє державні ресурси для створення початкового попиту на нововведення, що надалі значно поширюється в національній економіці. При здійсненні цієї стратегії використовуються податкові пільги та інші стимули наукової та інноваційної активності.

Змішана стратегія використовується в країнах, де в економіці значну частину становить державний сектор, і держава зацікавлена в підтримці високого експортного потенціалу галузей цього сектору. У

такому випадку щодо державних підприємств держава використовує стратегію активного втручання, а щодо інших – стратегію децентралізованого регулювання. Подібна практика реалізується у Швеції.

Формування державної інноваційної політики перебуває під прямим впливом наступних чинників:

1. *Рівень вилучення первинних доходів* через податкову систему та різного роду платежами до бюджету. Рівень вилучення первинних доходів залежить від прийнятої концепції розвитку держави. Високий рівень централізації до бюджету первинних доходів, з одного боку, передбачає здійснення масштабних народногосподарських проектів з використанням централізованих капіталовкладень, з другого боку – зменшує накопичення підприємств і тієї їх частини, яка спрямована на оновлення продукції, використання інновацій.

Орієнтування величини вилучення доходів на приватну ініціативу супроводжується зменшенням вилучення первинних доходів до бюджету, що розширює можливості недержавного сектору в частині попиту на науково-технічну продукцію.

2. *Ринкова інфраструктура.* Стан ринкової інституційної інфраструктури (грошово-кредитного, фондового ринків, страхових, пенсійних, інвестиційних фондів) може гальмувати або, навпаки прискорювати розвиток ринку науково-технічної політики. Матеріалізація ідей, винаходів вимагає вкладення значних коштів. Основними важелями їх формування є довгострокові кредити, механізм ринку цінних паперів.

3. *Законодавство.* Розвиток законодавчої бази має безпосередній вплив на характер інноваційної політики країни, на стан ринку науково-технічної продукції. Йдеться перш за все про патентно-ліцензійне законодавство. Якщо в економічній системі немає патентів і ліцензій, то розвиненого ринку науково-технічної продукції також немає, оскільки відсутні основні правові форми ринкового передавання інтелектуального продукту.

4. *Інтеграція науки і виробництва.* Мова іде про форми наукової діяльності, які можуть бути реалізовані як укладі виробничих одиниць і поза ними. Якщо превалює перша форма, то на ринок виводиться інтелектуальний продукт у технологічно завершеній формі, як правило, апробований у виробництві. Такий продукт зазвичай має меншу новизну і прогресивність, тому що підприємству невигідно випускати на сторону ефективну технологію, оскільки це може

посилити конкуренцію, не дозволяє зняти вершки у вигляді додаткового прибутку, який утворюється на нових ринках.

За умов превалювання другої форми, коли науково-технічна продукція реалізується на ринку самостійно науковою організацією, прогресивність і новизна продукції вища. Іноді такий продукт може бути доведений до стану готового продукту в дослідних підрозділах виробничого споживача, завдяки чому можна одержати власну науково-технічну продукцію і запатентувати її.

5. *Конкурентоспроможність технологій* на ринках визначає внутрішню або зовнішню орієнтацію її ринку. Недостатня конкурентоспроможність інтелектуального продукту на світовому ринку зумовлює низку заходів для впливу на ринок науково-технічної продукції з метою розширення і поліпшення якісних характеристик. В даному випадку можливим є збільшення обсягу імпорту передових технологій з метою їх адаптації у вітчизняному виробництві; розширення імпорту науково-технічних ідей з метою їх подальшого доведення до стадії технологічної завершеності на основі власних розробок і т. ін.

6. *Рівень економічного розвитку* справляє вплив на розвиток ринку в таких напрямах:

- падіння рівня розвитку виробничої сфери приводить до зниження платоспроможності попиту на нововведення, ринок науково-технічної продукції стагнує;
- падіння рівня економічного розвитку приводить до зниження доходів держави, а отже, і її витрат на науку;
- зменшення витрат на науку зумовлює зниження активності ринку науково-технічної інформації і т. ін.

Важлива роль у формуванні державної інноваційної політики належить створенню сприятливого інституційно-правового середовища для підприємців-інноваторів. І важливе значення в ній належить державі.

7.2. Держава як головний суб’єкт підтримки інноваційного підприємництва

Законодавство України у сфері інноваційної діяльності базується на Конституції України і складається із законів України «Про інноваційну діяльність», «Про інвестиційну діяльність», «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» та інших

нормативно-правових актах, що регулюють суспільні відносини у цій сфері.

В розділі ІІ Закону України «Про інноваційну діяльність» представлено основні напрямки державного регулювання інноваційної діяльності в України, ієрархічна структура формування органів державного управління і регулювання в цій сфері.

Відповідно до ст. 6 цього Закону державне регулювання інноваційної діяльності здійснюється шляхом:

- визначення і підтримки пріоритетних напрямів інноваційної діяльності;
- формування і реалізації державних, галузевих, регіональних і місцевих інноваційних програм;
- створення нормативно-правової бази та економічних механізмів для підтримки і стимулювання інноваційної діяльності;
- захисту прав та інтересів суб'єктів інноваційної діяльності;
- фінансової підтримки виконання інноваційних проектів;
- стимулювання комерційних банків та інших фінансово-кредитних установ, що кредитують виконання інноваційних проектів;
- встановлення пільгового оподаткування суб'єктів інноваційної діяльності;
- підтримки функціонування і розвитку сучасної інноваційної інфраструктури.

До повноважень Верховної Ради України у цій сфері належать:

- створення законодавчої бази для сфери інноваційної діяльності;
- визначення стратегічних напрямків інноваційної діяльності;
- визначення в межах Державного бюджету України обсягу асигнувань для фінансової підтримки інноваційної діяльності.

На ріні Верховної Ради, Автономної Республіки Крим, обласних і районних рад в сфері інноваційної діяльності здійснюється:

- затвердження середньострокових пріоритетних напрямків інноваційної діяльності регіонального рівня та регіональних інноваційних програм, що кредитуються із відповідних бюджетів;
- контроль за фінансуванням і виконанням цих програм.

Представницькими органами місцевого самоврядування в сфері інноваційного розвитку є сільські, селищні, міські ради. Відповідно до їх компетенції затверджуються місцеві інноваційні програми; у межах коштів бюджету розвитку визначають кошти місцевих бюджетів для фінансової підтримки місцевих інноваційних програм; створюються комунальні інноваційні фінансово-кредитні установи для фінансової

підтримки місцевих інноваційних програм за кошти місцевих бюджетів; контролюється фінансування місцевих інноваційних програм за кошти місцевого бюджету через державні інноваційні фінансово-кредитні установи.

Важлива функція у державному регулюванні інноваційних процесів належить Кабінету Міністрів України. Відповідно до ст. 8 Закону України «Про інноваційну діяльність» Кабінет Міністрів:

- здійснює державне управління та забезпечує реалізацію державної політики у сфері інноваційної діяльності;
- готує та подає Верховній Раді України пропозиції щодо стратегічних пріоритетних напрямів інноваційної діяльності та затверджує середньострокові пріоритетні напрями інноваційної діяльності загальнодержавного і галузевого рівнів;
- здійснює заходи щодо реалізації пріоритетних напрямів інноваційної діяльності;
- сприяє створенню ефективної інфраструктури у сфері інноваційної діяльності;
- створює спеціалізовані державні інноваційні фінансово-кредитні установи для фінансової підтримки інноваційних програм і проектів, затверджує їх статути чи положення про них, підпорядковує ці установи центральному органу виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері інноваційної діяльності;
- готує та подає Верховній Раді України як складову частину проекту закону про Державний бюджет України на відповідний рік, пропозиції щодо обсягів бюджетних коштів для фінансової підтримки виконання інноваційних проектів через спеціалізовані державні інноваційні фінансово-кредитні установи;
- затверджує положення про порядок державної реєстрації інноваційних проектів і ведення Державного реєстру інноваційних проектів;
- інформує Верховну Раду України про виконання інноваційних проектів, які кредитувалися за кошти Державного бюджету України, і про повернення до бюджету наданих раніше кредитів.

Складовим елементом системи управління у сфері інноваційної діяльності України є *Департамент інноваційної діяльності та трансферу технологій.* Цей Департамент є самостійним структурним підрозділом Міністерства освіти і науки України. *Головним завданням*

департаменту є створення сприятливого середовища для суб'єктів інноваційної діяльності та трансферу технологій.

Діяльність департаменту спрямована на:

- поліпшення правових умов інноваційної діяльності та трансферу технологій;
- розвиток інноваційної інфраструктури з метою надання допомоги науковцям, винахідникам та підприємствам на всьому ланцюжку інноваційної діяльності: науково-технічна розробка – інновація – виробництво;
- сприяння комерціалізації об'єктів права інтелектуальної власності та передачі технологій підприємствам для створення виробництва конкурентоспроможної продукції;
- розробку та запровадження ефективних механізмів державної підтримки та залучення фінансових ресурсів для реалізації інноваційних проектів.

Основними напрямками діяльності департаменту є:

- удосконалення правового регулювання в інноваційній сфері;
- формування стратегічних та середньострокових пріоритетних напрямів інноваційної діяльності та моніторинг їх реалізації;
- розвиток інфраструктури у сфері інновацій та трансферу технологій, зокрема, створення сприятливих умов роботи технологічних та наукових парків;
- державна реєстрація та ведення державного реєстру технологічних парків та їх проектів, інноваційних проектів та проектів наукових парків;
- створення умов для комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності та трансферу технологій у виробництво;
- розвиток інноваційної культури в суспільстві та популяризація інноваційної діяльності.

Основні функції департаменту:

- узагальнення практики застосування законодавства у сфері інноваційної діяльності та трансферу технологій і розроблення нормативно-правових актів з питань регулювання зазначених сфер;
- організація прогнозно-аналітичних досліджень тенденцій інноваційного розвитку;
- формування стратегічних та середньострокових пріоритетних напрямів інноваційної діяльності, державних цільових програм;
- аналіз результативності провадження інноваційної діяльності, трансферу технологій, ефективності використання державних

фінансових, матеріально-технічних ресурсів, а також кадрового потенціалу;

- комплексний аналіз стану інноваційної інфраструктури та прогнозування тенденцій її розвитку;
- державна реєстрація технологічних парків та їх проектів, інноваційних проектів та проектів наукових парків;
- погодження трансферу технологій , створених чи придбаних за бюджетні кошти;
- підготовка та подання Міністру пропозицій щодо погодження рішення про створення наукових парків та затвердження пріоритетних напрямів їх діяльності;
- Здійснення заходів щодо популяризації інноваційної діяльності та трансферу технологій, розвитку інноваційної культури в суспільстві.

До складу Департаменту входять:

Відділ Державної інноваційної політики. Його завдання:

- методологічне забезпечення державної політики у сфері інноваційної діяльності;
- участь у формуванні та забезпеченні реалізації державної політики у сфері інноваційної діяльності, трансферу технологій;
- створення сприятливих умов для інноваційної діяльності;
- організація проведення публічних заходів з популяризації інноваційної діяльності та розвитку інноваційної культури в суспільстві;
- формування стратегічних та середньострокових пріоритетних напрямів інноваційної діяльності;
- координація діяльності відповідних структур і підрозділів органів виконавчої влади з питань інноваційної діяльності;
- координація діяльності науково-дослідних, науково-виробничих підприємств, державної інноваційної фінансово-кредитної установи, підприємств та установ науково-технічної інформації, центрів науки, інновацій та інформатизації, що відносяться до сфери управління Міністерства;
- розроблення нормативно-правових актів щодо формування державної політики у зазначених сферах.

Відділ інноваційних програм та інноваційної інфраструктури. Основні завдання відділу:

- формування стратегічних та середньострокових пріоритетних напрямів державних цільових програм та здійснення моніторингу їх реалізації;
- формування інноваційної інфраструктури;
- розроблення нормативно-правових актів щодо формування державної політики у зазначених сферах;
- участь у формуванні та забезпеченні реалізації державної політики у сфері інноваційної діяльності, трансферу технологій.

Відділ трансферу технологій. Основні завдання відділу:

- створення сприятливих умов для діяльності у сфері трансферу технологій;
- розроблення нормативно-правових актів щодо формування державної політики у зазначеній сфері;
- формування інфраструктури у сфері трансферу технологій;
- сприяння комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності в інноваційній сфері;
- координація діяльності відповідних структур і підрозділів органів виконавчої влади з питань діяльності у сфері трансферу технологій;
- методологічне забезпечення державної політики у сфері трансферу технологій;
- участь у формуванні та забезпеченні реалізації державної політики у сфері інноваційної діяльності, трансферу технологій.

Відділ інноваційних проектів та залучення інноваційних ресурсів. Основні завдання відділу:

- організація роботи технологічних та наукових парків;
- державна реєстрація та моніторинг реалізації інноваційних проектів, проектів технологічних та наукових парків;
- участь у формуванні та забезпеченні реалізації державної політики у сфері інноваційної діяльності, трансферу технологій;
- розроблення нормативно-правових актів щодо формування державної політики у зазначених сферах.

Важливим структурним елементом в системі інноваційного розвитку є *Державне патентне відомство України (Держпатент України)* – центральний орган, що здійснює функції державної виконавчої влади у галузі правової охорони промислової власності. Держпатент України реалізує стратегію державної політики правової охорони промислової власності, формує систему заходів щодо забезпечення функціонування єдиної патентної системи України.

Держпатент України узагальнює практику застосування законодавства з питань, що належать до його компетенції, розробляє пропозиції щодо удосконалення чинного законодавства та в установленому порядку вносить їх на розгляд Кабінету Міністрів України.

Головними завданнями Держпатенту Украйни є: забезпечення правової охорони об'єктів промислової власності, видача патентів та інших охоронних документів; розробка ефективних форм і методів державного регулювання відносин у сфері охорони промислової власності; забезпечення фізичних і юридичних осіб інформацією про об'єкти промислової власності; надання державної підтримки та сприяння створенню економічних, організаційних і соціальних умов для ефективної діяльності авторів об'єктів промислової власності тощо.

Методи впливу держави в галузі інноваційної діяльності можна розділити на *адміністративні* й *економічні*. Співвідношення їх визначається економічною ситуацією в країні та обраною у зв'язку з цим стратегією державного регулювання.

Адміністративні методи здійснення інноваційної політики, на відміну від директивних методів регулювання в централізованій системі господарювання, в умовах ринкових відносин базуються на законодавчій основі, що обмежує визначені види діяльності чи сприяє їхньому розвитку. Адміністративне втручання держави в інноваційну діяльність за допомогою правового нормування патентної політики держави і політики стандартизації дозволяє суб'єктам господарювання зберігати монополію на новизну та досягати уніфікації продукції товаровиробників.

Прямі методи державного регулювання інноваційних процесів здійснюються переважно в двох формах: адміністративно-відомчій та програмно-цільовій. *Адміністративно-відомча форма* проявляється у вигляді прямого дотаційного фінансування, здійснюваного відповідно до спеціальних законів, прийнятих з метою безпосереднього сприяння інноваціям. Так, у США в 1980 році був прийнятий закон *Стівенсона-Уайдлера* «Про технологічні нововведення», що передбачав низку заходів стимулювання промислових інновацій:

– створення для їхнього вивчення і стимулювання спеціальних організацій у межах апарату виконавчої влади;

– надання сприяння в обміні науковим і технічним персоналом між університетами, промисловістю і федеральними лабораторіями;

– заохочення приватних осіб і корпорацій, що роблять великий внесок у розвиток науки і техніки.

Яскравим прикладом дотаційного державного фінансування може служити відкриття в США інституту промислової технології при Мічиганському університеті, на організацію якого місцевою і федеральною владою було виділено 17 млн дол. Усього з 133 млрд дол., що витрачаються в США на НДДКР, частка федерального уряду становить майже половину – 49,3%.

Програмно-цільова форма державного регулювання інновацій допускає конкретне фінансування останніх за допомогою державних цільових програм підтримки нововведень, серед них і в малих наукомістких фірмах; створюється система державних контрактів на придбання тих чи інших товарів і послуг, фірмам надаються кредитні пільги для здійснення нововведень і т. ін. Контрактне фінансування являє собою один з елементів поширеної нині системи контрактних відносин – договорів між замовниками і підрядниками (у даному випадку держава виступає в ролі замовника-споживача НДДКР – наприклад, в аерокосмічній галузі, – а фірма-виконавець НДДКР є підрядником). У договорі чітко визначаються терміни завершення робіт, конкретний розподіл праці між виконавцями, характер матеріальної винагороди. Чітко формулюються взаємні зобов'язання й економічні санкції. У США таким чином фінансується 77% федеральних витрат на НДДКР.

У більшості промислово розвинених країн інноваційні фірми отримують підтримку на рівні органів державного регулювання. Особливе місце в системі *прямих методів впливу держави* на інноваційний бізнес посідають заходи, що стимулюють кооперацію промислових корпорацій у сфері НДДКР і кооперацію університетів із промисловістю. Друга з цих форм кооперації викликана усвідомленням об'єктивної необхідності, з одного боку, доведення передових наукових ідей до стадії їхньої комерційної реалізації, з другого – створення умов для зацікавленості промисловості у фінансуванні академічних досліджень. У цьому напрямку державної інноваційної політики чітко виявляється її перспективна спрямованість, зацікавленість у науковій новизні промислових інновацій, що нерідко є вторинним при реалізації інтересів у промислових компаній, які виконують передусім виробничі й комерційні завдання.

Взагалі ринок не дає ефекту в ситуаціях, коли є нестаток у здійсненні великих інвестиційних проектів, із тривалими строками окупності, високим ступенем прибутку і невизначеності щодо майбутньої норми прибутку. Створення консорціумів, інженерних центрів, наукових і технологічних парків та інших перспективних формувань, які успішно реалізують складні інноваційні ідеї, – наочний приклад ефективності державної підтримки таких ідей, завдяки якій різні організації не тільки усвідомлюють необхідність спільної реалізації інноваційного циклу, але й реально відчувають переваги спільної роботи. Державна підтримка створення таких організаційних формувань здійснюється в розвинутих промислових країнах переважно у вигляді спеціальних програм різних урядових відомств (у США це в основному Міністерство енергетики і Національний науковий фонд).

У Канаді пряме стимулювання НДДКР державою полягає в наданні державної гарантії кредиту в комерційних банках і державному фінансуванні НДДКР.

У Німеччині уряд здійснює фінансову підтримку в розвитку довгострокових і ризикових досліджень у ключових галузях науково-технічної та виробничо-господарської діяльності.

Найдієвішими методами інноваційного регулювання є *економічні,* засновані на обліку мотиваційних факторів товарного виробництва. Вони відрізняються від адміністративних недирективним характером і використанням економічних важелів і регуляторів. Завданням непрямих економічних методів є формування суспільних, а не індивідуальних умов інноваційної діяльності. Серед них традиційно використовуються: податкове та амортизаційне регулювання, кредитна і фондова політика, цінове регулювання, політика протекціонізму.

Непрямі методи державної інноваційної політики реалізуються переважно через інструменти економічного регулювання. Ці методи не спрямовані на створення інноваційних ресурсів, а пом’якшують наслідки ризиків, що супроводжують інноваційну діяльність, впливають на доступність, ціну і структуру інноваційних ресурсів промислових фірм. Кредитна політика регулює обсяг фінансових ресурсів, доступних для фінансування нововведень. Ця мета здійснюється регулюванням рівня заощаджень, що виступають головним джерелом кредитних ресурсів на ринку капіталу, а також за допомогою управління рівнем позичкового відсотка.

Держава, регулюючи ціну фінансових ресурсів інновації та їх структуру (частку кредитних коштів у загальному обсязі фінансування), активізує інноваційну діяльність. Велику роль у регулюванні інноваційної діяльності відіграє і пільгове кредитування. Одним з ефективних методів державного регулювання є лібералізація податкового та амортизаційного законодавства. Підприємці реалізують інноваційні процеси з метою одержання більшого прибутку. Схильність до підприємництва взагалі, інноваційного зокрема, регулюється рівнем оподаткування прибутку.

Ілюструючи цю думку, угорський економіст *Б. Санто* наводить таку залежність, що враховується Міністерством промисловості Швеції: якщо розмір податку на прибуток варіює між 0 і 25%, то схильність до підприємництва швидко зменшується, якщо ж податок досягає 50% від прибутку, то схильність до інновацій і пов'язаних з ними капіталовкладень практично зникає. Важливість цього інструменту державного регулювання усвідомлюється майже в усіх промислово розвинених країнах, і кожна з них прагне знайти власну оптимальну модель оподаткування прибутку.

У США система податкових пільг на НДДКР існує з 1981 року. Податкова знижка допускає можливість відрахування витрат на НДДКР, пов'язаних з основною виробничою і торговою діяльністю платника податків, із суми оподатковуваного податком доходу. До 1995 року вона становила 25%, нині – 20%. Підраховано, що в цілому амортизаційні і податкові пільги покривають у середньому в США від 10 до 20% загальної суми витрат на НДДКР. Податкова політика дозволяє державі впливати майже на всі сторони діяльності, пов'язаної з нововведеннями. Диференціація умов оподатковування впливає на технологічну стратегію фірм, структуру, вартість і доступність інноваційних ресурсів, тимчасові параметри інноваційної діяльності.

Податковою політикою можуть бути передбачені податкові субсидії на визначені види діяльності, зокрема, виключення із суми оподатковуваної податком частини доходів, пов'язаних зі створенням і впровадженням нових машин і устаткування, що буде сприяти прискоренню відновлення основного капіталу, стимулювати проведення технологічних нововведень.

Диференціюючи оподатковування доходів, отриманих з різних джерел, держава впливає на структуру фінансових джерел інноваційних процесів. Різні умови оподаткування прибутку і додаткового прибутку стимулюють діяльність, пов'язану зі

створенням і впровадженням нової техніки. Податкові пільги на капітальні вкладення найчастіше надаються у вигляді інвестиційного податкового кредиту. Зазвичай, ця пільга надається компаніям, що направляють інвестиції на впровадження нової техніки, устаткування, технологій і т. ін. Ця знижка віднімається (кредитується) від суми нарахованого податку на прибуток компанії (на відміну від звичайних знижок, що віднімаються від суми податків). Інвестиційна податкова знижка надається лише після введення нової техніки в експлуатацію. Право на отримання податкової знижки настає для компанії автоматично: його не треба доводити й обґрунтовувати, тому що воно закріплене законодавством.

Розмір знижки встановлюється у відсотках від вартості впроваджуваної техніки і становить: 5,3 % у Японії (для електронних техніки й устаткування), 50 % у Великобританії (для 1-го року експлуатації нової техніки, технології, матеріалів і т. ін.), 10-15 % у Канаді (залежно від освоєння території місця розташування компанії – освоєні чи неосвоєні райони країни) і 100% в Ірландії. У США податкова знижка на інвестиції застосовується лише для енергетичного устаткування. За кордоном пільги на НДДКР надаються частіше у вигляді знижок з витрат компаній на ці цілі.

Існують два види податкових знижок – об'ємні і приросні. Об'ємна знижка дає пільгу пропорційно розмірам витрат. Так, наприклад, у США, Великобританії, Канаді, Бельгії, Швеції, Італії 100% витрат на НДДКР віднімається від оподатковуваних доходів компаній. В Австралії (приватні компанії) – 150%. У деяких таких країнах, як Нідерланди, Норвегія, Австрія, Малайзія, підприємства енергетичних галузей цілком виключають витрати на НДДКР із прибутку до оподатковування.

Приросна знижка визначається, виходячи з досягнутого компанією збільшення витрат на НДДКР порівняно з рівнем базового року чи середнього за якийсь період. Ця знижка діє після того, як зазначені витрати були зроблені. Максимальна знижка – 50% має місце у Франції. У Канаді, США, Японії і Тайвані вона становить 20%.

Деякі закордонні країни використовують одночасно обидва види податкових знижок – і об'ємний, і приросний, але щодо різних видів витрат. Так, у США загальна приросна знижка доповнена об'ємною в розмірі 20% для витрат приватного сектору на фінансування фундаментальних досліджень. Існує і практика встановлення найвищого рівня розміру списання податків за знижками на НДДКР. У

Японії і Південній Кореї він не повинен перевищувати 10% від суми корпоративного податку. А в Канаді, Іспанії і Тайвані найвищий рівень істотно вищий – відповідно 75, 35 і 50%. В Австралії, Франції, Італії і Нідерландах установлена вартісна межа податкової знижки.

Тимчасове звільнення від сплати податку на прибуток чи часткове його зниження (податкові канікули) діє у Франції і поширюється на знов створені дрібні і середні фірми (серед них науково-дослідні) зі зниженням на перші 5 років їхньої діяльності на 50% прибуткового податку, що сплачується ними. Вводяться податкові пільги, пов'язані із системою амортизаційних списань. Вони використовуються для стимулювання випереджального розвитку конкретних галузей, заохочення НДДКР чи для загального інвестиційного пожвавлення.

У цілому в системі державного стимулювання інноваційної діяльності прямі форми (субсидії, позики) поєднуються з менш ефективними, як вважають фахівці, непрямими формами фінансової підтримки інноваційного процесу – податковими пільговими кредитами й амортизаційними відрахуваннями. Усе це спрямовано на стимулювання вкладання фінансових ресурсів приватного сектору в модернізацію та оновлення виробництва.

У високорозвинених країнах широко застосовується прискорена амортизація устаткування як стимул для відновлення виробничих фондів. Так, у США встановлений термін амортизації в 5 років для устаткування і приладів, що використовуються для НДДКР, з терміном служби понад 4 і менше 10 років. У Японії система прискореної амортизації введена для компаній, що застосовують або енергозберігаюче устаткування, або устаткування, що сприяє ефективному використанню ресурсів і не шкодить навколишньому середовищу. Застосовуються різноманітні норми прискореної амортизації – від 10 до 50%. Однак найпоширеніша ставка становить у середньому 15–18%.

З метою активізації інноваційної активності за кордоном держава нерідко стимулює і підготовку кадрів. Так, у Франції 25% приросту витрат на підготовку кадрів звільняються від податків (там, де безробіття велике, ці витрати не обкладаються податками). Крім цього, за кордоном загальноприйнятим є стимулювання НДДКР урядовими гарантіями через надання довгострокових кредитів для перспективних напрямків досліджень (у США в офіційних урядових документах капіталовкладення в науково-технологічну сферу навіть іменуються —

інвестиціями в майбутнє, а сфера НДДКР розглядається як один з найефективніших механізмів здійснення стратегічних національних цілей).

До непрямих економічних методів державного регулювання інновацій належить і політика протекціонізму у вигляді торгово-валютного регулювання, спрямованого на захист і реалізацію нововведень усередині країни. Так, у 1987 році під тиском Асоціації електронної промисловості США адміністрація Рейгана ввела 100% податок на деякі види японської електроніки, ввезеної на американський ринок, що було викликано перевищенням імпорту електронних виробів з Японії над американським експортом відповідних товарів на 16 %. У Франції використовуються методи, що заохочують стимулювання експорту. Ризикові витрати фірм, що створюють філії за кордоном, протягом шести років можуть вести до зменшення оподатковування.

Інструментом непрямого впливу на інноваційну діяльність виступає також законодавство, що регулює правила конкуренції. Антитрестовські закони, спрямовані на стримування монополізації ринків, активізують інноваційну діяльність господарських суб'єктів. Законодавчі норми дуже різноманітні і стосуються багатьох сфер впливу на інноваційну політику. Наприклад, патентне право, що діє в США вже близько 200 років, законодавчо закріплює права винахідників на їхні відкриття – інтелектуальну власність, що допускає монополію автора на науково-технічне рішення. Ця обставина дозволяє винахіднику, подібно землевласнику, отримувати інноваційну ренту, тобто плату за користування його винаходом. Таке положення, у результаті, позитивно позначається на активності наукової праці в країні. Антитрестовське законодавство дозволяє підтримувати необхідну твердість конкурентної боротьби – важливого фактора стимулювання інноваційної активності.

Ця обставина певною мірою обумовлює спрямованість торгово-валютної політики, орієнтованої на захист інтересів національного капіталу в галузі реалізації нововведень усередині країни. При всьому різноманітті форм і прийомів стимулювання інноваційної діяльності з боку державних органів у всіх промислово-розвинених країнах простежується загальне, що дозволяє виділити інноваційну політику як специфічний елемент системи державного регулювання.

Так, відзначається погодженість інноваційної політики з усіма видами державної економічної політики взагалі. Це виявляється у

використанні єдиних економічних інструментів державного впливу, що відповідають обраному економічному курсу. Національні орієнтири інноваційної політики виявляються в конкретних моделях, що використовуються різними країнами. Тут позначається нерівномірність економічного розвитку країн, що виявляється у сфері інновацій. Унаслідок цього виникає необхідність зосереджувати національні зусилля на ключових галузях науки і техніки – тих, у яких країна може досягти провідного становища на світовому ринку.

Цікавим у проведенні і реалізації інноваційної політики є досвід Китаю. У Китаї значно більше, ніж в інших країнах, великих успішних компаній, що використовують інновації. Сформувалися вони в основному з державних науково-дослідних інститутів.

Сьогодні швидко розвиваються малі технологічні фірми. У свій час більшість із них були утворені в рамках технопарків і бізнес-інкубаторів, у які держава вклала значні кошти. Окремі із цих фірм і сьогодні продовжують отримувати державну підтримку в різних формах.

Додатковий доступ до західних технологій забезпечує швидко зростаючий експорт китайського капіталу, що супроводжується зовнішніми злиттями й поглинаннями іноземних компаній.

Китай робить акцент на підвищенні освітнього потенціалу країни спираючись, насамперед, на внутрішні ресурси. У зв'язку з цим розширюється доступність освіти для вихідців з незаможних сімей, створюються рівні стартові можливості на рівні шкільної освіти, відбувається залучення приватного сектора у розвиток системи вищої освіти.

У результаті таких зусиль уряду КНР китайські університети щорічно закінчує стільки ж випускників, скільки всього людей з вищою освітою є у країнах ОЕСР. Важливо, що китайці з вищою освітою легко знаходять роботу в економіці країни, що бурливо розвивається. Проте перехід на парадигму інноваційного розвитку вимагає від Китаю фахівців найвищого рівня, яких неможливо підготувати в стінах ВНЗ за шість років.

Вирішення проблеми дефіциту висококласних спеціалістів бачиться в залученні фахівців, які в 1970-х роках були направлені на навчання або стажування за кордон у передові центри науки і освіти. Майже ¾ з 700 тис. осіб залишилися жити і працювати на Заході після закінчення навчання або наукових стажувань. Ці китайці зайняли важливі позиції на високотехнологічних виробництвах або в наукових

і освітніх спільнотах. Сьогодні вони поступово повертаються до Китаю.

Другим каналом залучення висококваліфікованих кадрів до країни є імміграційна політика Китаю, орієнтована в першу чергу на китайську діаспору. Саме в цьому середовищі КНР шукає висококваліфіковані кадри для роботи у Китаї. В цій програмі об'єднані два підходи до розвитку науки і техніки. Традиційний підхід передбачає розвиток великих наукових проектів при повній підтримці держави. Другий підхід передбачає тісний зв'язок з міжнародним науково-технологічним співтовариством і брати участь у побудові глобального інноваційного суспільства.

При розгляді стану інноваційних процесів в розвинених країнах, можна виділити ряд загальних характерних рис, властивих практично всім провідним економікам світу. До них можна віднести:

- регулювання та стимулювання інноваційних процесів, що відбувається в основному через національні програми;
- держава є головним суб'єктом активізації інноваційної діяльності в країні;
- безмежна потреба бізнесу в інноваціях, що розглядається як головний фактор самого існування підприємства і його гідного місця на ринку;
- активна участь вузівської науки в наукових дослідженнях, що формують науковий наробок, поряд із державними і комерційними науковими установами;
- фінансування наукових розробок державою і приватним бізнесом;
- активна фінансова підтримка малого виробничого бізнесу, особливо на початковій стадії створення і діяльності підприємства.

Відповідно до законодавства України, до основних пільг, які існують для інноваційних підприємств згідно з чинним законодавством в країні, відносять такі:

1) при оподаткуванні прибутку – пільга в розмірі 50% від діючої ставки прибутку, від продажу інноваційного продукту, заявленого при реєстрації в інноваційних центрах, які створенні згідно із Законом України «Про інноваційну діяльність»;

2) 50% податку на прибуток, отриманого від виконання інноваційних проектів, залишається у розпорядженні платника податку, зараховується на його спеціальний рахунок і використовується ним виключно на фінансування інноваційної,

науково-технічної діяльності й розширення власних науково-технологічних і дослідницько експериментальних баз;

3) звільнення від земельного податку вітчизняних установ культури, науки, освіти, охорони здоров'я, соціального забезпечення, фізичної культури та спорту. Інноваційні підприємства сплачують земельний податок у розмірі 50 % від діючої ставки оподаткування;

4) за податком на додану вартість (від оподаткування звільняються операції з оплати вартості фундаментальних досліджень, науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт, які здійснюються за рахунок державного бюджету України; вартість виконаних проектно-конструкторських робіт, які виконуються вітчизняними розробниками за контрактом з підприємствами суднобудівельної промисловості; 50 % ПДВ за операціями з продажу товарів (виконання робіт, надання послуг), пов'язаних з виконанням інноваційних проектів; технопарки звільняються від сплати ПДВ при ввезенні до України певних товарів, які використовуються під час виконання інвестиційних та інноваційних проектів; від оподаткування звільняється вартість ввезених на територію України визначених товарів для виконання інноваційних проектів).

Взагалі можна говорити про те, що характерною рисою провідних економік країн світу у проведенні інноваційної політики є активна позиція бізнесу у фінансуванні і використанні наукових розробок поряд із державою.

Цікаво: Особливості підтримки інноваційного розвитку в США. Важливу роль відіграли особливості національного менталітету, зокрема, високий рівень індивідуалізму, прагнення досягти успіху завдяки власним зусиллям, вміння правильно зорієнтуватися в ситуації,. Усвідомлення того, що саме завдяки новинкам можна здобути прихильність споживачів і досягти комерційного успіху, сформувало у США підприємницьку економіку, що ґрунтується на ініціативності підприємців, яку держава підтримує через ефективну інноваційну інфраструктуру і виважену інноваційну політику.

Головними координаторами у галузі НДДКР у США є Американський науковий фонд, що скеровує напрями фундаментальних досліджень, і Американська наукова рад, яка представляє інтереси промисловості та університетів у науково-технічній політиці. Вони визначають перспективні напрями фундаментальних і прикладних наукових досліджень, які потребують державної підтримки. Їх фінансування здійснюється за результатами конкурсів. Переможцям конкурсу виділяються гранти, величина яких встановлюється з огляду на прогнозовані витрати на дослідження і очікувані результати. Перевага надається тим, хто вже довів свою спроможність кваліфіковано здійснювати наукові дослідження і демонструвати їх високу

результативність. Це убезпечує інвесторів від неефективного вкладання коштів, підвищує рівень виконання робіт.

Фундаментальні наукові дослідження виконують переважно у вищих навчальних закладах. Серед них – 20 провідних університетів з великими обсягами наукових досліджень (Масачусетський технологічний інститут, Стенфордський, Гарвардський, університети та ін.). Їх науково-дослідницькі лабораторії оснащені найсучаснішим обладнанням, у них працюють науковці, студенти, які залучаються до цього процесу. У такий спосіб формуються передумови для швидкого проникнення нових знань у практичну діяльність тих, хто долучається до їх створення.

Прикладні дослідження на відміну від фундаментальних, здійснюються переважно приватними бізнес-структурами. Як правило, великі корпорації мають свої потужні лабораторії. Напрями їх досліджень визначаються сферами діяльності фірми чи їх диверсифікацією.

Важливими є постійні та плідні контакти науковців і представників бізнесу. Вони служать основою для формування освітніх програм в університетах, для визначення нових напрямків підготовки і перепідготовки фахівців у процесі післядипломного навчання тощо.

У США діють ефективні механізми захисту інтелектуальної власності, що забезпечує великі доходи інноваторам і в такий спосіб привертає увагу людей до інноваційної діяльності. Це дає змогу реалізувати інтелектуальний потенціал усіх членів суспільства.

Контрольні питання:

1. Визначте зміст та основні напрямки державної інноваційної політики.
2. Визначте і схарактеризуйте типи державної інноваційної політики.
3. Визначте і схарактеризуйте методи регулювання інновацій.
4. Визначте структуру державних органів, що здійснюють науково-технічну політику в Україні.

Тестові завдання:

1. Типи державної інноваційної політики:

а) одиничне, серійне, масове виробництво;

б) поліцентризму, етноцентризму, регіоцентризму;

в) натуральна, ринкова;

г) політика технологічного поштовху, «ринкової орієнтації», «соціальної орієнтації».

2. В державній інноваційній політиці технологічного поштовху акцентується увага на:

а) формуванні сприятливого економічного клімату та розвитку інформаційного середовища для здійснення нововведень підприємствами, скороченні прямої участі держави в НДДКР, на реалізації короткострокових і недорогих інноваційних проектів;

б) розробці державних програм, спрямуванні капіталовкладень у довгострокові масштабні інноваційні проекти;

в) розв'язанні соціально-економічних проблем за допомогою передових технологій, зміни галузевої структури у бік розвитку наукомістких технологій і сфери їх обслуговування;

г) соціальному регулюванні наслідків НТП з прийняттям відповідних рішень із залученням широких кіл громадськості.

3. Державна інноваційна політика «ринкової орієнтації» акцентує увагу на:

а) формуванні сприятливого економічного клімату та розвитку інформаційного середовища для здійснення нововведень підприємствами, скороченні прямої участі держави в НДДКР, на реалізації короткострокових і недорогих інноваційних проектів;

б) розробці державних програм, спрямуванні капіталовкладень у довгострокові масштабні інноваційні проекти;

в) розв'язання соціально-економічних проблем за допомогою передових технологій, зміни галузевої структури у бік розвитку наукомістких технологій і сфери їх обслуговування;

г) соціальному регулюванні наслідків НТП з прийняттям відповідних рішень із залученням широких кіл громадськості.

4. Державна інноваційна політика зміни економічної структури господарського механізму спрямована на:

а) формування сприятливого економічного клімату та розвитку інформаційного середовища для здійснення нововведень підприємствами, скороченні прямої участі держави в НДДКР, на реалізації короткострокових і недорогих інноваційних проектів;

б) розробку державних програм, спрямування капіталовкладень у довгострокові масштабні інноваційні проекти;

в) розв'язання соціально-економічних проблем за допомогою передових технологій, зміни галузевої структури у бік розвитку наукомістких технологій і сфери їх обслуговування;

г) соціальному регулюванні наслідків НТП з прийняттям відповідних рішень із залученням широких кіл громадськості.

5. За часом реалізації розрізняють інноваційну політику:

а) державну, регіональну, галузеву;

б) на глобальному, макро- і мікрорівнях;
в) на комерційних і некомерційних засадах;
г) довгострокову, середньо- і короткострокову.

6. Використання прямих методів державного регулювання інноваційної діяльності передбачає:
а) держзамовлення, держконтракти;
б) субсидії, субвенції, дотації;
в) прямі витрати уряду;
г) усі відповіді вірні.

7. Непрямі методи державного регулювання інноваційної діяльності включають:
а) податкове регулювання;
б) використання митних тарифів, норм амортизації;
в) систему законів та законодавчих актів, що регламентують інноваційну діяльність суб'єктів господарювання, антимонопольне законодавство, патентно-ліцензійну політику;
г) усі відповіді вірні.

8. До складу Департаменту інноваційної діяльності та трансферу технологій входять:
а) міністерства, відомства;
б) Відділ Державної інноваційної політики; Відділ інноваційних програм та інноваційної інфраструктури; Відділ трансферу технологій; Відділ інноваційних проектів та залучення інноваційних ресурсів;
в) Директорат норм та стандартів гідної праці; Директорат розвитку ринку праці та зайнятості; Директорат сім'ї та соціальної підтримки населення;
г) Державне агентство лісових ресурсів України; Державне агентство рибного господарства України; Державна інспекція сільського господарства України.

9. Державне патентне відомство України (Держпатент України) забезпечує:
а) подання до фінансових органів декларації про обсяги і джерела здійснюваних інвестором інвестицій;
б) договори між центральними або регіональними органами державного управління із суб'єктами інноваційної діяльності з приводу розробки і виробництва інноваційних продуктів, технологій, послуг;
в) формує систему заходів щодо забезпечення функціонування єдиної патентної системи України;
г) передбачає розрахунок і аналіз показників ефективності діяльності підприємства.

10. Інструменти сприятливого інституційно-правового середовища для підприємців-інноваторів включають:

а) податкові пільги, пільгове кредитування і субсидування;

б) страхування, гарантування, надання прав на прискорену амортизацію устаткування;

в) пільгові для інноваторів зовнішньоекономічні тарифи, відстоювання прав та інтересів вітчизняних інноваторів у міжнародній кооперації праці.

г) усі відповіді вірні.

Література: 18, 30, 31, 44, 55, 56, 57, 59.

Тема 8. НАЦІОНАЛЬНІ ІННОВАЦІЙНІ СИСТЕМИ

8.1. Національна інноваційна система: суть, складові
8.2. Національні інноваційні системи країн світу

1. Національна інноваційна система: суть, складові

Національна інноваційна система (НІС) – це сукупність взаємопов'язаних організацій (структур), що зайняті виробництвом і комерціалізацією наукових знань і технологій у межах національних кордонів.

НІС складається із таких складових:

1) правова складова – формування законодавчої бази у сфері інновацій, інноваційної діяльності;

2) утворення державних органів щодо керівництва та регулювання інноваційної діяльності;

3) науково-виробничу, представлену різного роду компаніями, університетами, державними лабораторіями, технопарками та інкубаторами, які зайняті виробництвом і комерціалізацією наукових знань і технологій.

Національна інноваційна система представлена двома секторами – державним і приватним, кожен із яких виконує свої функції і завдання. *Держава* виражає національні інтереси в цій сфері і розробляє довгострокові стратегії розвитку. *Підприємництво* є основною силою і виконавцем інноваційної діяльності, орієнтуючись передусім на ринкові сигнали та можливість отримання комерційної вигоди.

Підходи до виокремлення основних елементів національної інноваційної системи:

1. Залежно від ступеня участі в інноваційному процесі виділяють такі інститути:

- що беруть безпосередню участь у процесі виробництва, розповсюдження, використання нового знання (генерування та розповсюдження знань, науково-виробнича підсистема);

- інститути, які формують середовище в якому відбуваються інноваційні процеси (інфраструктурно-забезпечувальна підсистема, що включає інститути правового, фінансового та соціального характеру, які забезпечують інноваційні процеси і мають міцні національні корені, традиції, політичні і культурні особливості).

2. Залежно від функцій в інноваційному процесі виділяють такі підсистеми національної інноваційної системи:

- *підсистема генерації знань* – представлена науково-технічними організаціями державного і приватного секторів (академічна, галузева, університетська, заводська наука, конструкторські бюро, які створюють інтелектуальний продукт, зразки нової продукції і технологій);

- *підсистема освіти і професійної підготовки*, перепідготовки кадрів (університети, вищі навчальні заклади, перепідготовка, підвищення кваліфікації кадрів, включаючи підготовку і перепідготовку інноваційних менеджерів для інноваційної діяльності);

- *підсистема інноваційної діяльності, виробництва і реалізації продукції (послуг)* – включає малі, середні і великі підприємства, галузеві і регіональні інноваційно-технічні центри, а також концерни, корпорації, промислово-фінансові групи, торгові (дилерські) мережі, центри сервісу;

- *підсистема інноваційної інфраструктури* включає: виробничо-технологічну інфраструктуру (технологічний парк, бізнес-інкубатор; інноваційно-промисловий комплекс; фінансову інфраструктуру (інвестиційні компанії, банки, інші фінансові структури, інноваційні, венчурні фонди, бюджетне фінансування); інформаційну інфраструктуру.

- *підсистема управління і регулювання* включає: нормативно-законодавчі акти, блок управління, який передбачає комплекс державних, регіональних, галузевих, інтеграційних механізмів всіх підсистем і елементів НІС.

Стрижнем НІС виступає виробниче підприємство. Технологічний рівень виробничих підприємств, конкурентоспроможність їх продукції, ефективність виробничої діяльності, позиції на ринку і фінансові успіхи визначають зростаючий попит на знання, на нові інноваційні технології, продукти, процеси, методи і системи управління**.**

Основу НІС становить освіта. Вона є тим підґрунтям, на якому зростають інновації, розуміння їх ролі та сприйняття. В даному випадку мають значення такі її характеристики:

- доступність, якість, забезпеченість комп'ютерною технікою, доступ до Інтернету;

- виявлення обдарованих дітей та створення умов для їх розвитку і навчання;

- забезпечення підготовки необхідної кількості інженерно-технічних кадрів та ін.

Центральне місце в НІС належить *фундаментальній та прикладній науці* як генератору інноваційних ідей, напрямів інноваційних зрушень.

Фундаментальна наука фінансується за кошти державного бюджету. Базові дослідження є тривалими, дорогими та важкопрогнозованими. Зроблені відкриття відносяться до категорії суспільних благ, які, як відомо, характеризуються неподільністю у споживанні та не виключенням зі споживання. Це означає, що благо, надійшовши в обіг, не може бути відкликаним, і його практично неможливо виключити зі споживання особами, які не бажають за нього платити.

Прикладна наука – покликана створювати нові технології і продукти. Це, по суті, результат діяльності приватних науково-виробничих установ, які перетворюють наукові ідеї (відкриття) в інновації. Сюди входить приватна вузівська наука, наукові центри, створювані на великих підприємствах, малі наукоємні фірми та венчурні компанії.

Можливою є і ситуація, коли у державних лабораторіях створюються конкретні інноваційні продукти, а приватний сектор організує і фінансує фундаментальні дослідження.

Інституційне забезпечення є важливою умовою успішної інноваційної діяльності. Це, насамперед, існування відповідних державних органів: міністерств, державних комітетів, управлінь, з одного боку, і закони, норми, правила, процедури – з другого боку. Частину інституцій формує приватний сектор – громадськість. Це громадські організації, незалежна експертиза тощо.

Фінансування. Наука не належить до тих сфер суспільного життя, що підлягають виключно ринковому регулюванню. В той же час це сфера, яка підлягає змішаному фінансуванню: із боку держави та із боку приватного сектору.

Реалізація інноваційних проектів вимагає *стимулювання та заохочення* суб'єктів господарювання. Інноваційна діяльність порушує усталений в компанії стан справ; вимагає додаткових і значних коштів, зокрема коли йдеться про розроблення інновацій; вимагає зусиль, несе із собою додаткові ризики і загрози. То ж саме державі належить

необхідність здійснення фінансової підтримки інноваційних проектів за рахунок надання різного роду пільг, у тому числі і податкових. Мова іде про створення у країні сприятливого інноваційного клімату.

У форматі національної інноваційної системи інноваційна політика держави доповнює ринкові інститути, формуючи найважливіші правила і передумови інноваційної діяльності, які визначають напрями й інтенсивність взаємозв'язків між суб'єктами інноваційного процесу, прискорюють дифузію знань та технологій.

Для формування національної інноваційної системи України характерними є проблеми:

1. відсутність теоретико-методологічного підґрунтя інноваційної політики держави, створення якого спроможне забезпечити планомірність, прозорість, передбачуваність, комплексність інноваційної політики;

2. відсутність єдиної науково-обґрунтованої і затвердженої на урядовому рівні моделі інноваційного розвитку країни, яка б дала відповіді на питання: розподілу ресурсів між прямими інвестиціями у виробництво і здійснення інноваційних розробок; між коштами на модернізацію існуючих виробництв і створення виробництв, що базуються на інноваціях сучасного та перспективних технологічного укладів; між фінансуванням сучасного технологічного укладу та авансуванням у технологічні уклади майбутнього; орієнтації на експорт (імпорт) інноваційної продукції тощо;

3. відсутність Програми розвитку національної інноваційної системи, яка визначає черговість, терміни, обсяги необхідних ресурсів, механізм їх використання;

4. існування проблеми у визначенні реального переліку пріоритетних напрямків інноваційної діяльності, визначення яких спроможне гарантувати своєчасне ресурсне забезпечення «проривних» інноваційних проектів, підвищити ефективність державних інвестицій на інноваційну діяльність;

5. необхідність запуску процесів масового оновлення усіх сфер господарської діяльності;

6. необхідність усунення розриву інноваційного процесу між стадіями виникнення нового знання та його впровадження у практичну діяльність. Проблема існує внаслідок низького попиту вітчизняного ринку на інновації, відсутністю прошарку агентів, спроможних до ефективної трансформації наукових знань у технології і швидкої їх

дифузії серед господарських об'єктів; не сформованістю інфраструктури інноваційної діяльності.

8.2. Національні інноваційні системи країн світу

В країнах світу існують національні особливості щодо формування національної інноваційної системи. Такі особливості обумовлені історичними, економічними, політичними умовами розвитку територій. Мова іде про більшу або меншу роль держави та підприємництва у виконанні функцій по формуванню і розвитку національної інноваційної системи, про значення в цьому процесі великого і малого бізнесу, про співвідношення фундаментальних та прикладних досліджень і розробок, динаміку розвитку і галузеву структуру інноваційної діяльності.

США. Першими в оновленні законодавчої бази національної інноваційної системи були США. Оскільки чинне законодавство не відповідало вимогам прискореного впровадження результатів НДДКР у виробництво, 1980 року було прийнято закон *Стівенсона-Уайдлера* «Про технологічні інновації», згідно з яким головною функцією федеральних наукових лабораторій була передача створених у державному секторі нових технологій місцевим органам влади та приватному сектору. Закон передбачав створення в складі виконавчої влади спеціальних організацій для вивчення та стимулювання промислових інновацій, сприяння в обміні науковим і технічним персоналом між університетами, промисловістю та федеральними лабораторіями, заохочення приватних осіб і корпорацій до розвитку науки й техніки.

В 1980 р. прийнято Закон *Бейла-Доула*, яким було визначено важелі для заохочення вчених – одержувачів грантів; інженерів, федеральних лабораторій до патентної і ліцензійної діяльності та комерціалізації розробок. Основний стимул – пільгове оподаткування, та збереження прав власності на винаходи, які були розроблені в рамках робіт, що фінансуються з федерального бюджету.

Протягом 1980-90 рр. прийнято низку законів щодо заохочення міжфірмової кооперації та розширення можливостей державних органів у продажу ліцензій на державні винаходи. Закон «Про трансфер технологій» (1986 р.), ослаблення обмежень на різного роду об'єднання підприємств у сфері НДДКР, запроваджене законами 1984 та 1993 рр. та застосування податкових пільг сприяли посиленню

науково-технічної кооперації як між фірмами, так і між промисловістю та державними науково-дослідними лабораторіями. Пільгове оподаткування (виключення з оподатковуваного доходу 80–90 % інвестицій фізичних та юридичних осіб) сприяло особливо стрімкому поширенню у США науково-дослідних партнерств.

Так, у 1996 р. було зареєстровано 665 таких партнерств, а в кінці 2000 р. – 83018. Особливо часто ці партнерства створювались у галузі електроніки та електричного обладнання (18 %), виробництва комунікаційного обладнання (16 %) і транспортного обладнання (15 %). Великий вплив на розвиток інноваційного потенціалу в американській економіці мала програма Б. Клінтона «Технологія: рушій економічного зростання», яка передбачала послідовну реалізацію доктрини «глобальної технологічної конкурентоспроможності США в умовах глобальної конкуренції».

Японія. У Японії створення нового інтегруючого середовища, більш сприятливого для розвитку власних НДДКР було започатковано у 1995 р. Основним законом був закон «Про науку та технологію». Серед основних заходів було визначено:

- формування інноваційної системи забезпечення різних форм науково-технічного співробітництва шляхом обміну науково-технічного персоналу, проведення спільних досліджень і спільного використання науково-дослідного обладнання;
- поширення результатів НДДКР шляхом їх опублікування, надання необхідної інформації про НДДКР та комплексу заходів, спрямованих на відповідне їх практичне застосування;
- розвиток інформаційних технологій у НДДКР, створення баз даних про наукові дослідження, спорудження інформаційних мереж між науково-дослідними інститутами для підвищення ефективності НДДКР;
- вдосконалення дослідного обладнання державних наукових лабораторій, матеріально-технічної бази досліджень в університетах, у приватному секторі;
- запровадження необхідного комплексу заходів для стимулювання приватних НДДКР.

Комплекс конкретних заходів реалізації проголошених в Основному законі завдань науково-технічної політики розроблено у Базовому плані розвитку науки і технологій (1996 р.) та Білій Книзі про науку і технології (1996 р.). Провідне місце в них належить заходам:

- сприяння розвитку дослідницької кооперації між університетами та промисловістю;

- надання приватним організаціям патентних прав на результати досліджень, проведених спільно з державними науково-дослідними інститутами;

- залучення в середньому одного іноземного науковця до кожного підрозділу державних науково-дослідних інститутів.

Згідно з Основним законом про науку і технологію, у 1997 р. було прийнято закон, який зняв обмеження для професорського складу на працевлаштування за сумісництвом (професор може очолювати відділ НДДКР у приватній фірмі, при цьому обіймаючи свою посаду у державному ВНЗ). Закон про посилення промислових технологічних компетенцій 2000 року дозволив державним науково-дослідним кадрам паралельно обіймати посади у раді директорів приватної компанії, в якій технологія, розроблена науковцем, набуває практичного застосування.

У Франції державне стимулювання інноваційної діяльності в приватному секторі економіки здійснюється за чотирма основними напрямами:

- через Регіональний фонд консультативної підтримки, що надає консультативні та інформаційні послуги інноваційним підприємствам;

- через організації, які здійснюють передачу технологій, що розроблені державними установами (технічними центрами, державними науково-дослідними лабораторіями, регіональними центрами інновацій та передачі технологій);

- державні організації, що фінансують інноваційну діяльність переважно на початкових стадіях розробки, зокрема у формі субсидій, пільгових кредитів, податкового кредиту тощо;

- через приватні організації, які широко використовують різні форми та засоби фінансування інноваційної діяльності (банківські кредити, венчурне фінансування тощо).

До загальних рис і особливостей державної підтримки інноваційної діяльності в таких країнах, як Велика Британія, Німеччина, Франція, Іспанія, Нідерланди, Фінляндія, Індія та Бразилія можна віднести такі:

• Пільгові позики надаються, головним чином, малим і середнім підприємствам, перспективним технологічним чи новостворених компаніям. При цьому умови надання позик істотно відрізняються. Наприклад, у Великобританії встановлено граничний обсяг обороту в

25 млн ф. ст., сума кредитних гарантій – 1 млн ф. ст., термін – 10 років. При цьому гарантії покривають до 75 % кредиту та сплачуються за ставкою 2 % річних від непогашеної кредитної заборгованості.

• Процентні ставки є невисокими і коливаються в межах від 0 (Німеччина) до 4,5 % (Бразилія).

• Створення спеціальних агентств фінансування технологій та інновацій (Велика Британія, Франція, Іспанія, Нідерланди, Фінляндія, Бразилія) або ж банків (Німеччина, Індія).

• Щорічно тисячі компаній в усьому світі витрачають лише на дослідження майже 1,5 трлн дол. США. Загальна сума витрат на ринку інновацій, включаючи капітал венчурних фондів, перевищує 25 трлн дол. Більша частина цих грошей зосереджена в Європі, США та Китаї, зокрема:

- 1,4 трлн дол. становили загальносвітові витрати на НДДКР у 2011 р. (за даними *Battelle Memorial Institute*). Майже третина з них – 28 % припадає на сферу інформаційних технологій, 21 % – охорону здоров'я і 16 % – автомобілебудування;

- 69 дол. США венчурного капіталу припадає на одного жителя у Швейцарії – це максимальний показник у світі. У середньому на одного жителя планети, за даними дослідницької компанії IESE, припадає 12 дол. США;

- на 87 % зросли обсяги венчурного капіталу в розвинутих країнах за останні два роки – за даними ООН. При цьому істотний вплив на сучасний стан і перспективи розвитку національних інноваційних систем мають явища та процеси як внутрішнього, так і глобального характеру, що називаються інноваційними чинниками. На міжнародному рівні це: розвиток мережевих технологій, рівень розвитку освіти, інноваційна спеціалізація держави, поширення серед населення та доступність сучасних інформаційних технологій.

Своєю чергою, поряд зі зростанням витрат на НДДКР, розвиток інноваційної інфраструктури, підвищення рівня наукових досліджень і якості підготовки спеціалістів є найважливішими чинниками, що забезпечують лідерство країн у науково-технічній сфері.

Контрольні питання:

1. Визначте суть поняття *Національна інноваційна система.*
2. Назвіть і охарактеризуйте складові структури національної інноваційної системи.

3. Визначте ознаки, характерні для становлення і розвитку інноваційних процесів в США.

4. Визначте ознаки, характерні для становлення і розвитку інноваційних процесів в Японії.

Література: 27, 70, 71.

Тема 9. МАРКЕТИНГ ІННОВАЦІЙ

9.1. Маркетинг інновацій: суть, завдання
9.2. Маркетингові стратегії інноваційних товарів

9.1. Маркетинг інновацій: суть, складові елементи

Однією з основних складових тривалого виживання і розвитку вітчизняних підприємств стає здатність запропонувати, розробити, виготовити, вивести на ринок і просувати на ньому товари з новими споживчими якостями, що орієнтовані на задоволення існуючих потреб, але новими, нетрадиційними способами, або ж товари, що призначені для задоволення нових (у тому числі принципово нових) потреб (інколи ці потреби цілеспрямовано формують). Усе це вимагає принципово нових підходів до підготовки, управління й організації виробництва, організації постачання та збуту, підходів, які базуються на всебічному маркетинговому багатофакторному аналізі кон'юнктури ринку, прогнозуванні напрямків і темпів її розвитку, у тому числі під дією факторів НТП, для використання результатів аналізу в практичній діяльності.

Метою такого аналізу є виявлення існуючих ринкових можливостей інноваційного розвитку, вибір оптимальних варіантів, з погляду наявного потенціалу конкретного підприємства і зовнішніх умов, визначення цільових ділянок ринку (сегментів чи ніш) для реалізації обраних варіантів або ж формування нового цільового ринку. Таким чином, одну з провідних ролей у забезпеченні успіху ринкової діяльності підприємства-інноватора відіграє маркетинг.

Роль маркетингу полягає в орієнтації виробництва і збуту на більш повне, ніж у конкурентів, задоволення існуючих потреб споживачів за допомогою своєрідних інновацій, у формуванні та стимулюванні попиту на принципово нові інноваційні товари (як вироби, так і послуги), що призначені для задоволення наявних потреб споживачів у новий, але нетрадиційний спосіб, а також прихованих (неявних) потреб чи нових потреб.

Інноваційний маркетинг – діяльність, яка передбачає створення удосконаленої або принципово нової продукції (виробу, технології, послуги, управлінського рішення) – інновації – і використання в процесі її створення і розповсюдження удосконалених або принципово нових – інноваційних інструментів, форм і методів маркетингу з метою

більш ефективно задовольнити потреби, як споживачів, так і виробників.

Основними завданнями маркетингу інновацій є:

а) аналіз ринкових позицій і визначення ймовірних напрямків розвитку підприємства, прийнятних з погляду зовнішніх умов господарювання (ринкових можливостей і загроз) і його наявного потенціалу;

б) розроблення на цій основі ідей і задумів нових товарів, які користуватимуться попитом у споживачів і будуть ефективними у виробництві, збуті та споживанні;

в) оцінка ринкових перспектив нових видів продукції (оцінка достатності ринкового потенціалу як здатності ринку сприйняти конкретні інновації, наявності попиту або можливості його сформувати);

г) розроблення заходів з формування й стимулювання споживацького попиту на нову продукцію (просування інновацій на ринок). Управління попитом на різних етапах життєвого циклу товарної інновації;

д) управління життєвим циклом товарної інновації.

Маркетинг інновацій має бути зорієнтованим також на розв’язання завдань планування інноваційної діяльності:

а) планування продуктово-ринкового портфеля підприємства: товарної номенклатури, товарного асортименту, окремих товарних одиниць;

б) формування пакета продуктово-ринкових інноваційних пропозицій та відбір найбільш раціональних (з огляду на зовнішні та внутрішні умови) з них;

в) складання орієнтовного графіка виконання робіт з розроблення, виготовлення і просування на ринку товарних інновацій.

Ураховуючи динаміку розвитку ринкових процесів, а також значний ступінь невизначеності щодо розвитку подій у майбутньому, скласти детальний план інноваційної діяльності досить важко. Його слід формувати у вигляді стратегічного бачення, тобто визначати основні орієнтири на перспективу (але й вони можуть змінюватися), а детально планувати варто лише найближчі дії на один рік, максимум – на 2–3 роки. При цьому слід розглядати кілька можливих сценаріїв розвитку подій у майбутньому, як мінімум песимістичний, оптимістичний, найбільш вірогідний. Тому до завдань маркетингу

інновацій також належить прогнозування можливих сценаріїв розвитку подій на ринку.

9.2. Маркетингові стратегії інноваційних товарів

Маркетингова стратегія інноваційних товарів має бути орієнтованою на досягнення довгострокових ринкових цілей підприємства, забезпечення його конкурентних позицій з урахуванням потенціалу підприємства та чинників бізнес-середовища. При виробленні маркетингової стратегії інноваційних товарів будь-яке підприємство має здійснити глибокий аналіз як потенційних можливостей розвитку інноваційної діяльності підприємства, так і зовнішнього середовища, що також значною мірою визначає систему довгострокових цілей інноваційного розвитку.

До внутрішніх прогнозних параметрів розвитку підприємства, які мають бути враховані при розробленні маркетингової стратегії інноваційних товарів, варто віднести такі:

1) інноваційні можливості підприємства;

2) його ресурсне забезпечення, зокрема інтелектуальний кадровий потенціал, здатний забезпечувати виробництво та збут інноваційних продуктів;

3) збутову мережу, її структуру та технічний рівень;

4) виробничі можливості, рівень собівартості та цільових цін.

Розроблення маркетингової стратегії інноваційних товарів з погляду врахування внутрішніх умов розвитку підприємства має відбуватися в нерозривному зв'язку з його загальноекономічною стратегією, її основними складовими (інвестиційною, інноваційною, виробничою, збутовою, ціновою та іншими стратегіями). Особливо слід наголосити на значенні інвестиційних ресурсів. Без достатнього забезпечення підприємства інвестиціями не може бути мови про його успішний інноваційний розвиток, використання новітніх досягнень науки і техніки, про успіх на ринку [76].

Створення сильної конкурентної позиції підприємства на ринку за допомогою розроблення маркетингової стратегії має узгоджуватися з довгостроковими стратегічними цілями та можливостями суб'єкта господарювання. Таке узгодження дає змогу своєчасно виявити існуючі суперечності в окреслених різними стратегіями напрямах розвитку підприємства, розглянути альтернативні варіанти, виробити оптимальні рішення, які допоможуть запобігти можливим втратам,

сприятимуть нарощуванню інноваційного потенціалу підприємства та реалізації його нових ринкових можливостей.

При формуванні маркетингової стратегії інноваційних товарів, крім урахування внутрішніх прогнозних параметрів розвитку підприємства, неодмінно треба брати до уваги можливі зміни зовнішнього середовища, насамперед зміни в потребах і запитах споживачів, діях конкурентів тощо.

Відповідно до конкретних прогнозних ситуацій, що можуть бути спричинені змінами зазначених зовнішніх чинників, маркетингова стратегія інноваційних товарів має передбачати:

- перебудову організаційних структур управління інноваційним ринком (у разі потреби);
- розширення адаптаційних можливостей підприємства, тобто можливостей пристосовуватися до змін ринкового середовища;
- оптимізацію структури збутової мережі, проникнення в нові сфери інноваційної діяльності, в нові сегменти ринку тощо.

Отже, реалізація маркетингової стратегії інноваційних товарів підприємства потребує забезпечення відповідності його внутрішніх можливостей зовнішнім, що визначаються ринковим середовищем [76].

Рівні маркетингової стратегії інноваційних товарів на підприємстві:

- *корпоративний,* який пов'язаний із розробленням місії підприємства, окресленням довгострокових стратегічних цілей. Він включає плани конкретних бізнес-проектів, що, у свою чергу, передбачає складання планів просування на ринку окремих товарів;
- *бізнес-рівень,* який передбачає аналіз портфеля бізнес-проектів, дослідження ринкових позицій підприємства і визначення головних напрямів його розвитку;
- *рівень товару* – установлення маркетингових цілей і визначення шляхів їх досягнення для кожного виду товарів.

Основні вимоги до процесу формування маркетингових інноваційних стратегій підприємства:

1) *Забезпечення високого рівня обґрунтованості прогнозів* інноваційної діяльності, її результатів та наслідків. Для їх втілення в інноваційний продукт та успішної його реалізації на ринку має бути змодельована стратегія маркетингу, що сприятиме просуванню майбутнього продукту на ринок. Прогнозні розрахунки повинні коригуватися на кожному етапі впровадження інновації.

2) *Урахування чинників ризику.* Серед основних причин ризику варто назвати такі: можливі зміни внутрішніх та зовнішніх умов господарювання; зміни потреб та запитів споживачів; розрив господарських зв'язків із діловими партнерами; непередбачені дії конкурентів; поява нових знань, наукових відкриттів, через що подальша робота з інновацією може втратити сенс. Ці чинники можуть вплинути на перебіг інноваційного процесу, мають бути детально проаналізовані та враховані в процесі формування маркетингової стратегії інноваційних товарів.

3) *Аналіз альтернативних варіантів інноваційних стратегій.* Через брак необхідної інформації для складання прогнозів та вірогідність непередбачених ситуацій неможливо однозначно передбачити перебіг подій, пов'язаних із рухом інновації. Тому при формуванні маркетингової стратегії інноваційних товарів доцільно розглянути альтернативні варіанти сценаріїв просування інновації на ринок, проаналізувати фактори, що можуть вплинути на реалізацію стратегічних інноваційних рішень, з тим щоб запобігти їх негативним наслідкам.

4) *Оцінювання інноваційного потенціалу підприємства.* Ідеться про чинники, які відображають використання внутрішніх ресурсів підприємства та різні аспекти його ринкової діяльності. До них належать: інвестиційні можливості підприємства; енергійне керівництво, готове ризикувати; рівень кваліфікації керівництва і персоналу підприємства; організація виробництва на підприємстві; технічний рівень і темпи оновлення технології; висока репутація фірми тощо [7].

5) *Обґрунтування джерел фінансування інновацій.* Успіх розроблення та впровадження інновацій неможливий без забезпечення джерел їх фінансування. Саме тому важливою складовою маркетингової стратегії інноваційних товарів має бути обґрунтування фінансового забезпечення інноваційних проектів. Мають бути розглянуті й оцінені всі можливі канали інвестування.

6) *Тісний зв'язок цілей, етапів і термінів реалізації стратегії* з прогнозованими параметрами стадій життєвого циклу інновації. Це означає, що етапи фінансування інновацій повинні відповідати стадіям їх життєвого циклу, починаючи з формулювання ідеї про інноваційний товар і закінчуючи етапом виведення на ринок і пошуком ідеї наступної інновації.

7) *Передбачення можливої переорієнтації стратегії.* Умови зовнішнього середовища, як і внутрішні умови господарювання

можуть змінюватися, що неминуче поставить потребу в коригуванні маркетингової стратегії з урахуванням зміни пріоритетів, переорієнтації підприємств на нові напрями діяльності. Тому маркетингова стратегія інноваційних товарів має будуватися так, щоб орієнтувати інноваційну діяльність підприємства на ефективну роботу в умовах, що відповідають економічним реаліям.

При розробленні стратегії особливу увагу варто приділити таким елементам: цільовий географічний регіон, частка ринку, зв'язок «продукт – ринок», конкуренція і розвиток ринку.

Для оцінювання реальної конкурентоспроможності інноваційного товару, підприємству необхідно визначити свій *цільовий ринок* (існуючих і потенційних споживачів) і, зокрема, географічний регіон своєї діяльності. Наприклад, ринок таких споживчих товарів, як фотоапарати, телевізори й електронні калькулятори, є, за суттю, інтернаціональний і характеризується високою конкуренцією. Отже, в даному разі при розробленні маркетингової стратегії інноваційних товарів дуже важливо врахувати посилення міжнародної конкуренції.

Типові маркетингові інноваційні стратегії, які спрямовані на певні географічні регіони або ринки:

- географічно обмежений локальний або регіональний ринок, на якому виокремлені інноваційні сегменти;
- окремий інноваційний сегмент (продуктова група), що функціонує на всіх національних і міжнародних ринках;
- окремі інноваційні сегменти, що функціонують в окремих географічних регіонах;
- усі інноваційні сегменти просуваються в усі географічні регіони.

У певному випадку це може означати конкуренцію у світовому масштабі, що охоплює всі продуктові сегменти або всі сегменти споживачів. Цю стратегію можуть застосовувати підприємства з дуже великим фінансовим потенціалом.

Важливим елементом маркетингової стратегії інноваційних товарів є *цільова позиція*, яку компанія прагне зайняти на ринку, тобто *частка ринку*. Для цієї стратегії необхідно визначити довгострокову ринкову позицію або частку ринку, що є метою на певному ринку або ринковому сегменті.

Мала ринкова частка може бути високоприбутковою завдяки концентрації зусиль на обмеженій кількості інноваційних товарів або

споживачів і порівняно низьким накладним витратам. У міру збільшення обсягу продажу і, отже, частки ринку, зростають сукупні інвестиційні, виробничі і маркетингові витрати. Однак не завжди можна негайно одержати прибуток від відповідного зниження питомих витрат. Не виключено, що вартість продажу може виявитися нижчою від витрат виробництва (для певних виробничих потужностей і технологій). Відповідно прибутковість знижується. Наступне збільшення частки ринку може забезпечити вигоду від економії, зумовленої зростанням масштабів виробництва, і, отже, прибутковість може збільшитися.

Компаніям, які намагаються розширити свою *частку на ринку,* доводиться платити чималу ціну за придбання додаткової території або за надмірне використання маркетингових інструментів (таких, як знижки в ціні, реклама, персональний продаж), що може викликати у споживача побоювання опинитися в повній залежності від домінуючого продавця.

Прибутковість може знову знизитися. Однак, оскільки кожен ринок має свої індивідуальні особливості, для інноваційних товарів особливо потрібно дуже ретельно проаналізувати кожен варіант взаємозв'язку між прибутковістю і часткою ринку.

Типи маркетингової стратегії інноваційних товарів відповідно до освоєння інноваційним товаром частки ринку:

1. *Стратегія лідерства у витратах* – спрямована на одержання і підтримання величини витрат на нижчому рівні, ніж у конкурентів. Перевага у витратах забезпечує захист від конкуренції, оскільки конкуренти з вищими витратами першими вибувають із боротьби. Для досягнення лідерства у витратах найчастіше потрібно володіти значною часткою ринку або інших важливих переваг, зокрема такими, як доступ до дешевої сировини.

Використання стратегії є доцільним при існуванні великої місткості ринку; можливості залучення значних інвестицій, тобто доступ до капіталу; можливості використання інновацій й удосконалення виробничого процесу; ретельного контролю за робочою силою; існуванні простоти виготовлення інноваційного товару; маловитратної (економної) системи збуту; можливості збільшення обсягів виробництва.

2. *Стратегія диверсифікації*. Для використання стратегії потрібним є маркетинговий потенціал; розвинута науково-дослідна база; наявність групи споживачів із високою

купівельною спроможністю; відсутність окремих позицій товарної номенклатури; наявність специфічних незадоволених потреб споживачів; кооперація з постачальниками та збутовими компаніями.

3. *Стратегія ніші*. Використання стратегії є доцільним в тому разі, якщо в разі концентрації зусиль на чітко визначеній інноваційній меті досягається більший ефект, ніж за умови дії на широкому полі конкуренції. Акцент може бути поставлений на обмеженій групі споживачів, частині номенклатури продуктів, що випускаються, або географічно обмеженому регіоні. Кваліфікація і досвід маркетологів при цьому не можуть бути універсальними, вони залежатимуть від конкретної стратегічної мети.

В ряді країн світу на інноваційному ринку отримало своє розповсюдження використання «проштовхування нового продукту». Відповідно, потрібними є методи пошуку використання новинок. Можливо використати «мозковий штурм», фронтування (маркетингові дії, які ведуть до захвату ринку, на якому працює інший господарський суб'єкт, або вихід на зарубіжний ринок); бенчмаркінг; широкий пошук по галузям для вводу продукту та ін.

Для підвищення шансів комерційної успішності нового продукту ще на стадії розробки повинно відбуватися його тестування і дослідження.

Зв'язок *«товар – ринок»* визначає стратегічні межі концепції маркетингу (табл. 9.1.)

Таблиця 9.1.

Матриця Ансоффа

	Товар	
	Старий	Новий
Старий	Проникнення на ринок	Розвиток продукту
Новий	Розвиток ринку	Диверсифікація

Стратегія проникнення на ринок полягає в тому, що підприємство прагне інтенсифікувати свої ринкові зусилля через вихід на нові ринки, з новими товарами. Головними засобами при цьому є реклама, акцент уваги на специфіці інноваційного товару. Можна також використати модифікацію існуючого продукту.

Стратегія розвитку ринку використовується в тому випадку, коли, працюючи з інноваційними товарами, підприємство прагне до

освоєння нових географічних районів, нових сегментів споживачів, збільшуючи обсяг продажу за допомогою нових каналів збуту.

Стратегія розвитку продукту застосовується підприємствами, які прагнуть активізувати інноваційну діяльність і знаходити нові інноваційні рішення щодо товарів для майбутніх споживачів.

Диверсифікація – стратегія маркетингу, притаманна підприємствам, що мають у товарному портфелі нові товари й одночасно здатні в ресурсному аспекті опанувати з ними нові ринки.

Підходячи до маркетингу інновацій із практичної точки зору, потрібно мати на увазі наступне:

1. Маркетинг інновацій завжди починається із «прокачування» ідеєю (леграмма стартапу), яка за ним знаходиться. «Прокачування» дозволяє зрозуміти ідею на всі 100 %.
2. Потрібно розуміти, що партнера не можна знайти, його потрібно «заразити» ідеєю. Потрібно переконати партнера в цінності вашої ідеї.
3. Потрібно визначити ідею, яку може реалізувати ваш інноваційний продукт.
4. Перспектива стартапу залежить від того, яку кількість носіїв ідеї можна буде отримувати. Якщо можна отримати достатню кількість споживачів, то бізнес можна вважати перспективним.
5. Маркетинг інновацій є ефективним тоді, коли представляє собою систему. Він включає в себе стратегію маркетингу і маркетинговий план. Їх використання дозволяє отримати реальний маркетинг інновацій, а не його імітацію.
6. Можливо передати маркетинг інновацій на аутсорсинг.

Контрольні питання:

1. Визначте суть поняття «маркетинг інновацій».
2. Якими є основні завдання маркетингу інновацій? Назвіть їх і охарактеризуйте.
3. Назвіть і схарактеризуйте рівні маркетингової стратегії інноваційних товарів.
4. Якими є основні вимоги до процесу формування маркетингових інноваційних стратегій? Назвіть їх.

Тестові завдання:

1. Рівні маркетингової стратегії інноваційних товарів на підприємстві:

а) корпоративний, бізнес-рівень, рівень товару;

б) державний, галузевий, рівень підприємства;

в) макро-, мікрорівень;

г) науковий, технологічний, економічний.

2. Цільовий ринок це:

а) ринок існуючих і потенційних споживачів;

б) ринок товарів і послуг;

в) біржовий ринок;

г) споживчий ринок.

3. До типових маркетингових інноваційних стратегій, які спрямовані на певні географічні регіони, належать:

а) географічно обмежений локальний або регіональний ринок;

б) окремий інноваційний сегмент (продуктова група), що функціонує на всіх національних і міжнародних ринках;

в) окремі інноваційні сегменти, що функціонують в окремих географічних регіонах;

г) усі відповіді вірні.

4. Типи маркетингової стратегії інноваційних товарів відповідно до освоєння інноваційним товаром частки ринку:

а) стратегія лідерства у витратах; стратегія диверсифікації; стратегія ніші;

б) «мозковий штурм», фронтування; бенчмаркінг;

в)) корпоративна, бізнес-рівень, рівень товару;

г) стратегія проникнення на ринок, розвитку ринку, розвитку продукту, диверсифікації.

5. До інноваційних стратегій підприємств відповідно до освоєння ринку (за матрицею І. Ансоффа) належать:

а) стратегія лідерства у витратах; стратегія диверсифікації; стратегія ніші;

б) «мозковий штурм», фронтування; бенчмаркінг;

в)) корпоративна, бізнес-рівень, рівень товару;

г) стратегія проникнення на ринок, розвитку ринку, розвитку продукту, диверсифікації.

Література: 7, 16, 61, 76.

.

Тема 10. СТРАТЕГІЇ ТА БІЗНЕС-МОДЕЛІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

10.1. Інноваційні стратегії підприємств, їх рівні
10.2. Бізнес-моделі інноваційного розвитку підприємств

10.1. Інноваційні стратегії підприємств, їх рівні

Курс на формування інноваційної економіки дедалі частіше пов'язують із перебудовою організаційно-економічного механізму. За існуючого інноваційного потенціалу економіки України відсутньою є його реалізація. Тобто проблема невисокого рівня використання інновацій в Україні – це не лише традиційна проблема грошей та інституцій, це і проблема ефективного менеджменту (насамперед стратегічного) на рівні підприємств, який повинен задати вектор і визначити програму дій щодо інвестицій на підприємстві у всіх ланках діяльності підприємства.

Особливістю впровадження інноваційних стратегій на підприємствах є не лише стимулювання НТП як такого, але і стимулювання готовності сприйняти інновації. Загально відомо, що зростання ВВП пов'язане переважно не із капітальними вкладеннями, а із технологічними нововведеннями, із активністю підприємств до використання інновацій. Цьому повинні сприяти розроблені інноваційні стратегії підприємств.

Інноваційна стратегія – це погоджена сукупність інноваційних рішень, що має визначальний вплив на діяльність підприємства і визначає зміст усіх інших його стратегій. Вона має орієнтуватися на передбачення глобальних змін в економічній ситуації на підприємстві та навколо нього, а також стосуватися прийняття рішень, спрямованих на зміцнення ринкових позицій і стабільний розвиток підприємства за рахунок інновацій.

Тобто *стратегія інновацій* – логічна система орієнтації підприємства на використання (пропонування) інновацій за факторами, які є предметами конкуренції в певній сфері бізнесу, які сприяють розвитку і отриманню ефективного результату. Саме інноваційна стратегія визначає логіку бізнес-поведінки підприємства на основі інновацій і тому відіграє роль важливого чинника конкурентоспроможності та успішності будь-якої комерційної діяльності підприємства.

Для диверсифікованого підприємства доцільно застосовувати інноваційні стратегії 4-х рівнів:

1) корпоративні стратегії (для підприємства у цілому);

2) інноваційні стратегії бізнес-одиниць (як складові конкурентних стратегій);

3) інноваційні стратегії окремих бізнес-процесів щодо забезпечення певних видів бізнесу підприємства;

4) конкурентні господарські операції інноваційного змісту на рівні окремих підрозділів.

У цій системі інноваційна стратегія бізнес-одиниці – це фактично складова бізнес-стратегії, точніше, аспект конкурентної стратегії певної бізнес-одиниці підприємства, який визначає, яким чином кожний бізнес диверсифікованого підприємства може досягти конкурентної переваги на відповідному ринку за рахунок інновацій. Ця стратегія має передбачати об'єднання цілей технічної та інвестиційної політик і спрямовуватися на впровадження нових технологій і видів продукції, послуг.

Виробничі підприємства повинні не просто ставити за мету інноваційний розвиток, а й відразу розставляти пріоритети і враховувати тип і масштаб впроваджувальних технологій. Це пов'язане насамперед з проблемами інвестиційно-фінансового, організаційно-управлінського та виробничо-економічного забезпечення намічених планів, вирішення яких знижує рівень можливих ризиків інноваційної діяльності. Виробничим підприємствам доцільно з погляду мінімізації ризиків визначити свої інтереси і з самого початку уявляти, на які саме технології – нові або ті, які тільки поліпшують технологічний процес – спрямовувати свої зусилля.

Формуванню практичних методів реалізації довготермінових інноваційних завдань передує побудова стратегії інноваційного розвитку виробничих підприємств, яка залежить від інноваційного клімату галузі і інноваційного потенціалу підприємства (рис. 10.1).

До числа *інноваційних стратегій підприємств* належать: стратегія технологічного лідерства, стратегія слідування за лідером, копіювання, залежності і вдосконалення.

Інноваційний клімат галузі	Високий	Перспектива стати лідером у сфері інноваційних досліджень і розробок	Перспективи розвитку інноваційної діяльності за сприянням факторів зовнішнього середовища
	Низький	Досягнення високих результатів в інноваційній сфері за рахунок використання внутрішніх ресурсів і можливостей	Успішна інноваційна діяльність можлива за умов докладання значних зусиль та прагненню протистояти конкурентам
		Високий	Низький
		Інноваційний потенціал підприємства	

Рис. 10.1. Матриця стратегічних інноваційних перспектив розвитку виробничого підприємства

Обрання підприємством *стратегії технологічного лідерства* означає обрання підприємством політики постійного виведення на ринок абсолютно нової продукції. Відповідно, всі наукові дослідження і розробки, система виробництва і маркетинг націлені на створення товару, що не має аналогів, причому дослідження тут носять не тільки прикладний, але і фундаментальний характер. Це обумовлює необхідність створення стратегічних альянсів у сфері НДДКР з іншими науково-технічними організаціями, венчурних фондів і венчурних підрозділів усередині компанії.

Існує багато прикладів успішного впровадження на ринок нового продукту і капіталізації прибутку за рахунок забезпечення стратегії першості на ринку. Вибір підприємством стратегії «технологічного лідерства» означає необхідність не лише розробки нової технічної ідеї, проведення НДДКР, виробництва пробної партії, але й організацію ринкового тестування продукту, запуск його серійного виробництва, здійснення заходів по впровадженню нового товару на ринок, організацію постійної оцінки конкурентоспроможності товару на ринку.

Багато фірм, які обрали стратегію «технологічного лідера», трансформувалися в ТНК, відомі всьому світу: *3M, Intel* («Інтел»), *Microsoft*, *Xerox*, *Ford*, *GE*, *Federal Express*, а також інноватори другого покоління – *Sinclair*, *Osbourne і Apple*, *Advanced Memory Systems* і *Genetech*. Технологічні інновації та тимчасова монополізація ринку, як

правило, виявляються високоприбутковими, що дає новаторам конкурентні переваги.

Однак вибір даної інноваційної стратегії має і ряд негативних моментів. Через відсутність ринкового досвіду реалізації нової ідеї технологічні лідери стикаються з високим ступенем ризику і невизначеності. Невизначеність, з якою мають справу лідери, пов'язана з трьома основними практичними проблемами – технологічною, ринковою та діловою.

Технологічна невизначеність полягає у відсутності гарантій можливості втілення розробленої нової технологічної ідеї в кінцевий продукт. *Ринкова невизначеність* пов'язана зі складністю прогнозування купівельної реакції на абсолютно нову продукцію. Компанії намагаються знизити рівень невизначеності шляхом створення спеціальних споживчих центрів тестування нової продукції і проведення пробних продажів. У разі негативної ринкової реакції у компанії з'являється кілька альтернатив. Компанія може спробувати вдосконалити (адаптувати) новий продукт під нові вимоги споживачів. Компанія може вибрати новий цільовий ринок для новинки. І, нарешті, компанія може відмовитися від виробничої стадії і заморозити проект.

Третя проблема пов'язана з *невизначеністю реакції на інновацію* з боку конкурентів і ринкових контрагентів, а також з можливими змінами макроекономічних факторів. Компанія-новатор повинна бути готова до імітації конкурентами своєї продукції, причому конкуренти будуть знаходитися в більш вигідних умовах, так як зможуть врахувати маркетингові помилки лідера і запропонувати ринку вдосконалений продукт. Знизити ступінь залежності від конкурентів компанія – технологічний лідер може шляхом ліцензування, встановлення стандартів якості та формування тісних взаємин зі своїми постачальниками.

Стратегія «слідування за лідером». Вибравши стратегію «спрямування за лідером», компанія чекає, поки конкурент виведе свою нову продукцію на ринок, а потім починає виробництво і реалізацію аналогічної продукції. Паралельно відбувається технологічне і маркетингове коригування новинки завдяки вивченню можливих помилок «технологічного лідера». Важливим моментом є той факт, що «послідовники» випускають не точну копію продукції «лідера», а її диференційований покращений варіант. Саме тому компанія, яка обрала дану стратегію, активно фінансує свої НДДКР для внесення істотних змін в концепцію продукту.

«Послідовник» також володіє потужною виробничою базою, що дозволяє знижувати собівартість нової продукції за рахунок гнучкості та економії на масштабах. Ці фірми використовують унікальний досвід у області маркетингової діяльності, що дозволяє своєчасно відстежувати стан зовнішнього середовища, перетворювати маркетингові прорахунки лідерів у свої конкурентні переваги, ефективно використовувати збутові канали. Одним з визначальних чинників успіху стратегії слідування за лідером є впізнаваність і висока репутація корпоративного бренду, що дозволяє швидко комерціалізувати новинку.

Обрання даної стратегії багатьма великими технологічними компаніями, як правило, означає бажання мінімізувати ризик і невизначеність, з якими стикаються «лідери». Наприклад, компанія *IBM* дала змогу фірмам *Altair* і *Apple* першими вийти на ринок персональних комп'ютерів, незважаючи на наявність розробленої в своїх підрозділах версії нового продукту. Ця стратегія дала можливість *IBM* вірно оцінити потенціал та місткість ринку, дозволивши уникнути маркетингових прорахунків конкурентів і вивести на ринок свою версію *PC* для корпоративних користувачів.

Стратегія «копіювання». Відсутність сильної бази НДДКР і наявність можливостей масового впровадження продукту у виробництво, а також значний потенціал в області просування товару та маркетингової діяльності в цілому часто є основними умовами обрання вищим керівництвом компанії стратегії «копіювання». Фірми, які стали на цей шлях, набувають ліцензію на право виробництва і комерціалізації нового товару або «лідера», або «послідовника» і починають виробництво точної копії продукту. Не маючи можливості отримання надприбутку від лідерства на ринку, ці компанії активно використовують цінові фактори для підвищення рентабельності виробництва. Як правило, це стає можливим завдяки доступу до більш дешевої сировини, матеріалів та робочої сили, а також наявності потужної адаптованої виробничої бази.

Порівняльне дослідження «продуктових» інновацій показує, що 60% успішно запатентованих інновацій імітуються протягом 4 років. Найбільш дієвою система патентів опинилася в області виробництва лікарських препаратів, де імітація коштувала б на 30% дорожче, ніж їх розробка і випуск для новаторів; в області виробництва хімікатів – на 10% дорожче, а от імітація побутової електроніки – всього на 2%. Використовуючи методи цінової конкуренції та економлячи на

дослідженнях, фірми мають можливість сфокусувати свої зусилля на вивчення реакції ринку на новий товар і інтенсифікації комерційних зусиль.

Стратегія «залежності». Ступінь інноваційної активності підприємства в цій стратегії дуже низька. У разі обрання стратегії залежності фірма повністю визнає свою другорядну роль по відношенню до лідера і впроваджує інновації тільки на вимогу споживачів або компанії-лідера. В останньому випадку фірма змушена імітувати інновації інших компаній, так як, по-перше, з'являються нові, що відповідають рівню технологій, стандарти, а по-друге, сам ринок повністю перебудовується на продукцію нового рівня. Найбільш типовим є вибір даної стратегії для фірм, що належать до галузей з низьким рівнем наукомісткості.

Стратегія «вдосконалення». Ця стратегія полягає у прийнятті необхідності вдосконалення товару з головною метою зниження його собівартості. Останнім часом технологічний розвиток виробництва і обмеженість сировинної бази стимулюють керівників до пошуку нових методів зниження витрат. У виробничій діяльності зниження витрат на робочу силу досягається поєднанням ефективного управління з адаптацією виробництва до нових технологій. Автоматизація виробництва, формування тісних взаємовигідних відносин з постачальниками дозволяють значно скорочувати собівартість продукції.

Ще одним методом зниження витрат є організація переробки та вторинного використання відходів. Безвідходне виробництво не тільки є даниною екології, але і підвищує ефективність виробництва. Переробка відходів з металу, наприклад, вимагає набагато менше витрат енергії, ніж виробництво нових металевих листів і заліза.

10.2. Бізнес-моделі інноваційного розвитку підприємств

За умови, коли ринок змінюється, підприємство стикається з необхідністю розроблення та впровадження нової бізнес-моделі. Бізнес-модель описує спосіб створення, продажу і доставки цінності клієнтам компанії. Існує три сфери, де зміни бізнес-моделі здатні стимулювати інноваційний розвиток компанії:

1. Ціннісна пропозиція – що продається і доставляється на ринок.

2. Логістичний ланцюжок – як цінність створюється і доставляється на ринок.

3. Цільовий споживач – для кого цінність створюється і доставляється.

Структура бізнес-моделі:

1. *Нове мислення і бізнес-ідеї*: підприємницьке завдання – пошук і розробка бізнес-ідеї. Початково проводиться аналіз зон прибутку, визначаються тенденції зміщення зони прибутку, шукаються нові стратегії пошуку і переходу до нової зони прибутку. Формулюється нова бізнес-ідея.

2. *Винагорода – одержання прибутку*: механізм одержання прибутку деталізується та поетапно розробляється. Досліджується ринок і структура споживачів, встановлюються їхні пріоритети. Формується нове бачення продукту, визначається ланцюжок цінності і зони прибутку, обирається метод одержання прибутку – і як результат формується нова модель одержання прибутку.

3. *Диференціація продукції:* виконується конструкторсько-маркетингове завдання – диференціація, позиціювання і брендинг. Ознаками диференціації зазвичай є функціональні властивості і призначення, вартість товару, додаткові функції та послуги, інноваційність. Ідентифікуються основні конкуренти та їхня продукція, уточнюється унікальність продукту, позиціювання і брендування товару, формування іміджу виробника і продавця.

4. *Логістика потоків ресурсів і результатів:* розробляється логістична програма – організація ефективних матеріалізованих і інформаційно-інтелектуальних продуктів. Визначаються концентрація та зони розташування споживачів, розробляються канали розподілу, організується дистрибуція продукту. Встановлюються вимоги до потоків сировини, комплектуючих, продукції, інформації тощо.

5. *Стратегічний захист бізнесу*: завдання стратегічного управління – створення стратегічних контрольних точок захисту зони прибутку.

6. *Види і масштаби діяльності, виконавці*: завдання інноваційного розвитку бізнес-процесів компанії – встановлення видів і масштабів діяльності, вибір виконавців бізнес-операцій.

В практиці компаній світу можна відповідно до специфіки діяльності компанії та параметрів ринку виділити наступні бізнес-моделі організації бізнесу.

1. *Модель бізнесу на основі фізичного стандарту* (Білл Гейтс, Ендрю Гроув, компанії *«Microsoft»*, *«Intel»*, *«Oracle»*). Ланцюжок

цінності охоплює створення самого комп'ютера («заліза»), створення: мови, операційної системи, пакетів прикладних програм. Існує й логістична ознака: фактичний стандарт визначає параметри руху потоку інновацій – прискорює його чи уповільнює, звужує потік чи розширює, включає в потік механізм управління чисельністю учасників, виставляє бар'єри або розширює кількість учасників, знімаючи бар'єри. Є зацікавлені особи – постачальники базового обладнання. Вони створюють ефект типу «штовхай»; розробники прикладань і користувачі створюють ефект типу «тягни».

2. *Модель бізнесу «комутатор»* (Чарльз Шваб, компанії *«Schwab»*, *«USAA»*, *«Auto-by-Nel»*, *«CAA»*). Існують ринки з великою кількістю продавців, які взаємодіють з великою кількістю покупців. Як продавці, так і покупці мають великі операційні витрати. За цих умов доцільно створити посередника, тобто звести множину взаємодій до одного каналу, формуючи своєрідний комунікаційний блок. За такої логістики діє принцип «чим більше продавців і покупців, тим вища цінність моделі».

3. *Модель бізнесу на основі споживчих рішень* (Джек Уелч, компанія *«Дженерал Електрик»*, *«HP»*, *«USAA»*, *«Nordstron»*, *«ABB»*, *«Nalko»*). На думку споживачів, основний продукт — комп'ютер, генератор, рухливий пристрій потребує множини дій, необхідних для його ефективного використання. Отже, основний продукт доцільно подати як комплексний, додавши до нього комплектацію всіх можливих додаткових пристроїв і послуг, таких як торговельні опції, логістика, передавання знань, фінансові послуги. Як наслідок, вирішується завдання ефективного використання інноваційного продукту.

4. *Модель бізнесу на основі піраміди продукції* (Ніколас Хайєк, компанії *«SMM»/«Swatc»*, *«Martel»*). Найважливішими аспектами є задоволення потреб споживачів за стилем, кольором, ціною та іншими параметрами. Піраміду продукції можливо створити, використовуючи існуючі розбіжності у доходах та потребах споживачів. Піраміда будується, починаючи з базису, де розміщують товари низької цінової категорії масового попиту, і до вершини, де перебувають унікальні дорогі товари та послуги.

5. *Модель бізнесу на основі управління ланцюжком цінності або представлення продукту як мультикомпонентної системи* (Роберто Гауцуето, компанія *«Coca-Cola»*, *«Mirage Resorts»*). Так, у галузі прохолоджувальних напоїв ланцюжок цінності складається з таких

основних етапів (компонентів основного продукту): виробництво сиропу, розливання напою у пляшки (бутелювання), логістика, дистрибуція, маркетинг і відносини зі споживачами. Здійснена вчасно модифікація бізнес-моделі, а саме перехід від виробництва сиропу (модель бізнесу 1980 р.) до управління ланцюжком у цілому (модель бізнесу 1987 р.) допомогла корпорації заволодіти значною часткою ринку в галузі.

6. *Модель бізнесу на основі багатошарового або мультиплікативного прибутку (блокбастерного типу)* (Майкл Айзнер, компанії *«Merck»*, *«Disney»*, *«NBK»*). Вигоди одержують неодноразово за рахунок використання того самого продукту, його характерних особливостей, торгової марки або послуг. Тобто досліджується рівень концентрації цільових споживачів, яким пропонуються конкурентоспроможні товари та послуги.

7. *Модель виокремленого бізнесу підприємницького типу* (Джорж Хетсопулос, компанії *«Thermo Electron»*, *«ABB»*, *«3M»*). Зі зростанням масштабів діяльності та досягненням успіху компанії бюрократизуються і стають формалізованими структурами, значно віддаленими від клієнта. Як наслідок, швидкість реагування на запити споживачів істотно уповільнюється. Отже, доцільно розділити компанію на множину невеличких центрів прибутку, що апріорі збільшує рівень керованості бізнес-процесами.

8. *Модель доступу до споживачів через особливі канали* – модель Делла. Ця модель ілюструється досвідом компанії *«Dell Computer»*, яка усвідомила, що для споживачів важлива після продажна підтримка. Пріоритет споживача змістили в бік кваліфікованого обслуговування та індивідуалізованої комплектації. Покупці мали можливість купувати комп’ютери, замовивши поштою або телефоном у кваліфікованих торговельних представників компанії, одержуючи при цьому високий рівень обслуговування, швидку доставку та професійні консультації.

9. *Модель задоволення особливих потреб індивідуалізованого характеру (кастомінг) – приватні марки.* Наприкінці XX ст. споживачі надавали дедалі більшого значення власній індивідуалізованості. Отже, для задоволення їхніх вимог було розроблено специфічний канал формування потоку товарів і послуг. Для полегшення процесу розподілу ввели категорію так званих приватних марок, яка уособлює товари з особливими характеристиками відповідно до цільової групи споживачів (магазини,

що здійснюють кастомінг, були першими, що ввели таку практику пропонування приватних марок).

10. *Модель широкого асортименту однієї категорії — «вбивця категорій».* На широті асортименту однієї категорії побудована модель бізнесу «супермагазин» (*«Syper Store»*), потенціал якої значний. Оскільки в одному магазині зосереджені товари однієї категорії, можливо забезпечити гарантовану якість і прийнятні ціни. Через однопродуктовість ця модель має назву «вбивця категорій» і займає нішу між універсальними магазинами і споживачами. Конкуруючі магазини, такі як *«The Home Deport»*, *«Toys'R'Us»*, *«Circuit City»* пропонували покупцям, які намагалися економити, високий рівень обслуговування і гарантії повного задоволення потреб. Логістичне завдання вирішували за двома напрямками. Перший – це створення каналу розподілу для споживачів, які вимагали унікального варіанта продукту конкретної категорії, що забезпечує економію часу і грошей; другий – це побудова внутрішньої логістики: постачання, яке створює надзвичайно ефективну закупівельну систему та розвинену систему комунікації.

11. *Модель дистрибуції з низькими витратами* – модель *«Wal-Mart».* Успіх моделі забезпечувався зсувом у пріоритетах на користь масштабного сегменту споживачів. У 70-ті рр. минулого століття купівельна спроможність сім'ї із середнім достатком істотно знизилася, відтак виникла потреба в економії. Логістика *«Wal-Mart»*, система закупівель і постійна робота над удосконаленням бізнес-моделі повністю змінили світ рітейлу.

12. *Модель «EDS» і «Nike» — спеціалізація на аутсорсингу*. За умови виникнення потреби в оптимізації фінансової ефективності розробляються бізнес-моделі на основі виокремлення ключових компетенцій і ключових видів діяльності, при цьому ключові види діяльності компанії виконують самостійно, оскільки вони потребують оптимізації, а всі інші, які не оптимізуються або не впливають на конкурентні переваги, віддають на аутсорсинг.

Отже, наведені бізнес-моделі, реалізація яких забезпечила компаніям конкурентну перевагу та життєздатність бізнесової структури, свідчать, що інноваційний бізнес і, відповідно, бізнес-моделювання нині орієнтується, насамперед, на споживача як головну дійову особу ринкового середовища. Сьогодні вже і в Україні сформовано «ринок споживача», основним принципом успішної діяльності на якому є зосередження на потребах і проблемах

споживача, на ініціації прихованих потреб, на знаходженні не зайнятих конкурентами ніш ринку та розробці таких інноваційних товарів і послуг, моделей та рішень, які б приймалися українськими споживачами.

Цікавим із точки зору формування бізнес-моделі є формат *start-up* (новоствореної підприємницької структури, малого підприємства). Основними складовим її формування є наступні:

Перший блок – споживчі сегменти: *start-up* обирає той сегмент/сегменти, який має намір і здатний обслуговувати.

Другий блок – ціннісна пропозиція: *start-up* необхідно запропонувати споживачам товар/послугу, який уособлює цінність, бажану або потрібну клієнтам.

Третій блок – збутові канали: *start-up* обирає або в разі потреби створює мережу посередників, за допомогою яких доставляє цільовим споживачам ціннісну пропозицію.

Четвертий блок – взаємовідносини з клієнтами: створення та підтримка комунікативних каналів для здійснення маркетингового тиску на цільову групу споживачів та формування відносин взаєморозуміння.

П'ятий блок – потоки грошових надходжень: за умови надання цільовій групі споживачів ціннісної пропозиції, яка позитивно сприймається ринком, *start-up* одержує відповідне відшкодування у вигляді надходжень грошових потоків.

Шостий блок – ключові ресурси: це сукупність усіх видів ресурсів, які необхідні для створення цінності, пропонування цієї цінності цільовим групам споживачів;

Сьомий блок – ключові види діяльності: *start-up* визначає, які саме види діяльності будуть здійснюватися для вироблення та пропонування цільовим споживачам ціннісної пропозиції.

Восьмий блок – ключові партнери: *start-up* залучає партнерів та формує необхідну для функціонування партнерську взаємодію з метою забезпечення успішного функціонування в ринковому середовищі.

Дев'ятий блок – структура витрат: *start-up* аналізує та коригує структуру витрат, яка відображає не тільки результативність діяльності *start-up*, а й рівень ефективності взаємодії всіх елементів бізнес-моделі.

Виконання представлених складових із достатньо високою ймовірністю дозволить утворити конкурентоспроможну бізнесову структуру.

Контрольні питання:

1 Визначте сутність поняття «інноваційна стратегія».

2. Назвіть і охарактеризуйте інноваційні стратегії підприємств.

3. Що представляє собою бізнес-модель. Які сфери беруться до уваги при її характеристиці?

4. Якою є структура бізнес-моделі? Назвіть її основні елементи.

5. Назвіть поширені в практиці діяльності підприємств бізнес-моделі організації бізнесу.

6. Визначте особливості формування бізнес-моделі *start-up.*

Тестові завдання:

1. Під інноваційною стратегією розуміють:

а) погоджену сукупність інноваційних рішень, що має визначальний вплив на діяльність підприємства і визначає зміст усіх інших його стратегій;

б) загальний, недеталізований план певної діяльності, який охоплює тривалий період, спосіб досягнення складної мети;

в) фіксацію системи цілей, задач і засобів, які передбачають спрямовану зміну ситуації при передбаченому стані середовища;

г) програму роботи.

2. До інноваційних стратегій підприємств належать:

а) наступальна, оборонна, скорочення і стратегія зміни видів бізнесу;

б) стратегія експортування, спільного підприємництва, прямого інвестування;

в) концентрація на одному сегменті, орієнтація на одну потребу споживачів, охоплення всього ринку;

г) стратегія технологічного лідерства, стратегія слідування за лідером, копіювання, залежності і вдосконалення.

3. Інноваційна стратегія технологічного лідерства означає:

а) використання досвіду лідера при виведенні продукції на ринок із наступним виробництвом і реалізацією аналогічної продукції;

б) обрання підприємством політики постійного виведення на ринок абсолютно нової продукції;

в) набуття ліцензії на право виробництва і комерціалізації нового товару у «лідера» або «послідовника» і початок виробництва точної копії продукту;

г) імітацію продукції інших компаній.

4. Стратегія «слідування за лідером» передбачає:

а) використання досвіду лідера при виведенні продукції на ринок із наступним виробництвом і реалізацією аналогічної продукції;

б) обрання підприємством політики постійного виведення на ринок абсолютно нової продукції;

в) набуття ліцензії на право виробництва і комерціалізації нового товару у «лідера» або «послідовника» і початок виробництва точної копії продукту;

г) імітацію продукції інших компаній.

5. Інноваційна стратегія «копіювання» передбачає:

а) використання досвіду лідера при виведенні продукції на ринок із наступним виробництвом і реалізацією аналогічної продукції;

б) обрання підприємством політики постійного виведення на ринок абсолютно нової продукції;

в) набуття ліцензії на право виробництва і комерціалізації нового товару у «лідера» або «послідовника» і початок виробництва точної копії продукту;

г) імітацію продукції інших компаній.

6. Складові розробки бізнес-моделі:

а) ціннісна пропозиція, логістичний ланцюжок, цільовий споживач;

б) планування, організація, мотивація, контроль;

в) національна, регіональна, складова підприємства;

г) дослідження, проектування, розробка.

Література: 4, 9, 11, 22, 72.

Тема 11. ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА

11.1. Інноваційний потенціал підприємства: суть, структура, підходи до оцінки

11.2. Інтелектуальний потенціал України та методичні підходи до оцінки інтелектуальних активів

11.1. Інноваційний потенціал підприємства: суть, структура, підходи до оцінки

В економічній теорії виділяють: науково-технічний, виробничий, трудовий, експортний, природно-ресурсний та інший потенціали. Узагальнено під *потенціалом* прийнято розуміти здатність господарюючого суб'єкта найбільш ефективно виконувати те або інше завдання при максимальному використанні наявних ресурсів.

Щодо інноваційного потенціалу, то існують різні підходи до його тлумачення:

- під *інноваційним потенціалом* розуміють економічні можливості підприємства по ефективному залученню нових технологій у господарський оборот. До таких *можливостей* можна віднести: інтелектуальні, матеріальні, фінансові, кадрові, інфраструктурні ресурси;
- *інноваційний потенціал* - це сукупність різних видів ресурсів, включаючи матеріальні, фінансові, інтелектуальні, інформаційні та інші ресурси, необхідні для здійснення інноваційної діяльності [4];
- *інноваційний потенціал підприємства* являє собою сукупність інноваційних ресурсів, які перебувають у взаємозв'язку, та умовозабезпечуючих чинників (процедур), які створюють необхідні умови для оптимального використання цих ресурсів з метою досягнення відповідних орієнтирів інноваційної діяльності та підвищення конкурентоспроможності підприємства в цілому [6];
- *інноваційний потенціал* - це ступінь готовності виконати завдання, які забезпечують досягнення поставленої інноваційної цілі, тобто ступінь готовності до реалізації інноваційного проекту або програми інноваційних перетворень і впровадження інновації [12].

Окремі науковці роблять наголос на наявності ресурсів, інші – на можливості їх використання. Але більшість керується так званим ресурсним підходом, тобто під *інноваційним потенціалом* розуміють сукупність ресурсів, виділяючи найчастіше такі його елементи, як

кадрова, інформаційно-методологічна, організаційна й матеріально-технічні складові.

Сутність будь-якого процесу, явища, об'єкта звичайно розкривається через його функції. Однак не менш точно зміст поняття можна розкрити виділив його основні структурні елементи. Найбільш обґрунтованим є підхід, запропонований у Кокурина Д.І., який пропонує виділення трьох складових інноваційного потенціалу – *ресурсної, результативної й внутрішньої.*

Від величини інноваційного потенціалу і співвідношення його складових залежить вибір тієї або іншої стратегії інноваційного розвитку. Так, якщо у підприємства є всі необхідні ресурси, то воно може піти по шляху *стратегії лідера,* розробляючи й впроваджуючи принципово нові або базисні інновації.

Якщо інноваційні можливості обмежені, то доцільно їх нарощувати й обирати *стратегію послідовника*, тобто реалізовувати поліпшуючі технології.

На сучасному етапі розвитку підприємств при виборі стратегії розробки й впровадження нових технологій недостатньо обмежуватися оцінкою й обліком факторів тільки інноваційної сфери. Причиною тому є різке скорочення строку життя інновацій, що викликає підвищення інтенсивності появи на ринку все нових і нових товарів і послуг. Практично щоденне відновлення асортиментних рядів на окремих товарних ринках приводить до того, що інноваційні товари, або сьогоднішні новинки, назавтра такими не є.

На їхню зміну приходять інші інновації. У виробництві за таких умов нові технології дуже швидко стають поточними або навіть застарілими продуктами. Тому в таких умовах при розробці стратегій інноваційного розвитку й визначенні інноваційного потенціалу підприємства варто оцінювати не тільки можливості інноваційної сфери, але й аналізувати достатність ресурсів для поточного виробництва інновацій. Мова іде про проблему одночасного фінансово-економічного забезпечення виробництва недавно створених інновацій, або існуючих продуктів, і розвитку нових.

Тобто, під інноваційним потенціалом підприємства в сучасних умовах варто розуміти його максимальні можливості генерувати високу інноваційну активність.

Для постійного відновлення інноваційного потенціалу слід здійснювати безперервний моніторинг інноваційної діяльності як в межах підприємства, так і на рівні галузі, регіону, країни тощо.

Моніторинг інноваційної діяльності – це систематичний збір, обробка та аналіз інформації про перебіг інноваційних процесів, практичні наслідки заходів щодо стимулювання і регулювання інноваційної діяльності в країні (регіоні, галузі, на підприємстві), результати реалізації пріоритетних напрямів інноваційної діяльності.

Узагальнена інформація про хід реалізації пріоритетних напрямів інноваційного розвитку України щорічно до 1 квітня подається Кабінетом Міністрів України до Верховної Ради України і містить такі показники:

- обсяг інноваційних капіталовкладень відносно до річного рівня амортизаційних відрахувань;
- розмір доходу від інноваційних капіталовкладень за рік відносно до обсягу інноваційних капіталовкладень;
- розмір сукупного фінансування розвитку науки і техніки відносно до річного рівня ВВП;
- обсяг продажу новоствореної продукції за рік відносно до річного загального обсягу продажів товарів (послуг);
- кількість винаходів на 1 мільйон населення;
- кількість впроваджених за рік винаходів відносно до їх загальної кількості.

Оцінка інноваційного потенціалу є надзвичайно складною проблемою, оскільки на практиці важко достовірно оцінити перспективність інноваційних ідей та спрогнозувати інтенсивність їх впровадження у виробництво. Крім того, проблема поглиблюється через складний механізм розрахунку доцільності втілення тієї чи іншої інноваційної ідеї. Але на сучасному етапі розвитку економічної науки існують достатньо результативні методики оцінки перспективності здійснення інноваційних проектів, які власне і викладені в наступному параграфі.

Розрізняють наступні *оцінки інноваційного потенціалу:*

- ресурсна (табл. 11.1).;
- суб'єктна (управлінський потенціал, потенціал організаційної структури управління, маркетинговий, логістичний потенціал);
- оцінка ефективності системи управління (табл. 11.2).

Ресурсна складова інноваційного потенціалу забезпечує здатність організації до генерації, сприйняття і впровадження нових (радикальних і модифікованих) ідей для його системного технічного, організаційного та управлінського оновлення.

Таблиця 11.1

Структура ресурсної складової інноваційного потенціалу

Назва ресурсів	Зміст ресурсів
Наукові	Наукові розробки лабораторій, дослідно-винахідницькі лабораторії, ноу-хау
Технічні	Особливості виробничого обладнання, основних і допоміжних матеріалів, технічного оснащення для виробництва нової продукції
Технологічні	Наявність прогресивних технологій і методів організації виробництва
Просторові	Виробничі площі, характер будівель, комунікацій та їх розміщення
Кадрові	Кваліфікаційний, демографічний склад, стан плинності, здатність адаптуватися до змін
Фінансові	Наявність власних фінансових ресурсів, інших джерел фінансування, умов кредитування

До *суб'єктних складових інноваційного потенціалу підприємства* належать:

управлінський потенціал – це навички і здібності керівників усіх рівнів менеджменту до формування, організації, створення належних умов для функціонування і розвитку соціально-економічної системи підприємства. В узагальненому вигляді управлінський потенціал є інтеграцією функціонально-структурних і нематеріальних елементів;

потенціал організаційної структури управління – загальнокорпоративний управлінський (формальний і неформальний) механізм функціонування підприємства, який втілює рівень організації функціональних елементів системи і характер взаємозв'язків між ними;

маркетинговий потенціал – це максимальна можливість підприємства до систематизованого і планомірного спрямування всіх його функцій (визначення потреб і попиту, організації виробництва, продажу та обслуговування після продажу) на задоволення потреб споживачів і використання потенційних ринків збуту. У структурі маркетингового потенціалу окремо виділяють логістичний ресурс;

логістичний потенціал підприємства – максимальна продуктивність (функціональна спроможність) системно інтегрованих підрозділів, які охоплюють усі види діяльності щодо переміщення у

просторі і руху в часі: переміщення співробітників, розміщення їх по службових приміщеннях, переміщення за часовим графіком; матеріалів і готових виробів – транспортування, складування, збереження, сортування і перерозподіл; енергетичних та інформаційних потоків – передавання, обробка, збереження і трансформація.

Оцінка *ефективності системи управління* передбачає оцінку:

- рівня інтеграції різних підрозділів між собою;
- рівня централізації та децентралізації управління;
- рівня використання ефективних методів управління нововведеннями з позиції виходу кінцевого наукомісткого матеріального чи інтелектуального продукту;
- доступу до наукової інформації та інформації стосовно інновацій, патентів, винаходів, до міжнародних інформаційних каналів тощо (табл. 11.2).

Таблиця 11.2.

Управлінська структура інноваційного потенціалу підприємства

Елементи інноваційного потенціалу підприємства	Інноваційний потенціал	
	Низький	Високий
1	*2*	*3*
Оргструктура	Лінійна, лінійно-функціональна	Лінійно-функціональна з елементами програмно-цільових організаційних утворень, творчі команди
Технологія	Спеціалізовано виробниче обладнання, жорстко зв`язане в єдиний потік для масового випуску продукції	Гнучкі автоматизовані виробничі модулі, зв`язані безрейковою гнучкою транспортною системою
Дослідно-конструкторські приміщення, лабораторії, відділи	Спеціально спроектовані під даний виробничий процес, повна утилізація простору	Універсального типу, наявність резервних площ, можливість змінення лабораторій, відділів
Організація праці	Індивідуальна, поопераційна, регламентована	Бригадна, з високим рівнем сполучення операцій і професій, вільний вибір часу

Продовження табл. 11.2

1	*2*	*3*
Оплата праці	Індивідуальна, підрядна	Почасово-преміальна, бригадна з використанням особистого вклад
Переміщення персоналу	Мінімальна, в основному за ієрархічною градацією	Можливість горизонтальних і вертикальних переміщень згідно з вирішуваними завданнями, створення тимчасових завдань
Система інформування персоналу	Оперативна інформація про виконання планових завдань певним підрозділом	Докладне інформування про діяльність організації в цілому, її життя, проблеми та завдання у сфері інновації
Стиль управління	Авторитарний, мінімум делегування повноважень, жорстокий контроль за виконанням	Делегування повноважень, що забезпечує високий ступінь залучення персоналу до розроблення рішень, подання ідей
Психологічний клімат	Настроювання на вирішення поточних завдань у рамках свого робочого місця	Настроювання на пошук рішень як оперативних, так і довгострокових; як у рамках робочого місця, так і за межами

Оцінка й аналіз рівня інноваційного потенціалу дозволяє конкретно планувати заходи, ставити цілі і способи їх досягнення, що, в свою чергу, є однією з найважливіших умов втілення системного підходу до впровадження інновацій, розвитку творчої активності кадрів.

Враховуючи, що частина показників може мати тільки якісну оцінку, для аналізу стану інноваційного потенціалу підприємства можна рекомендувати використання бальної оцінки його елементів. Така оцінка здійснюється за допомогою розробленої шкали балів кожного показника і коефіцієнтів, які визначають важливість кожного елементу у встановленні рівня інноваційного потенціалу. Відповідно до цієї методики кожному з перерахованих вище елементів інноваційного потенціалу (і таким, що визначаються за допомогою коефіцієнтів, і другим) присвоюється відповідна бальна оцінка:

0 балів – зовсім не використовується потенціал елементу;

1 бал – низький рівень використання потенціалу елементу;

2 бали – середній рівень використання потенціалу елементу;

3 бали – високий рівень використання потенціалу елементу.

Ці показники групуються за відповідною ознакою і кожній групі присвоюється певне значення вагового коефіцієнта, який визначається за допомогою експертів. Результати оцінки формуються у вигляді таблиці (табл. 11.3).

Таблиця 11.3

Оцінка інноваційного потенціалу

Складові	Параметри	Коефіцієнт вагомості	Оцінка	
			бали	зважена оцінка
1	*2*	*3*	*4*	*5*
1. Виробничі можливості	1.1. Рівень використання виробничої потужності		3	
	1.2. Рівень прогресивності застосованих технологій		2	
	1.3. Рівень гнучкості виробництва		1	
Підсумкова оцінка		0,16	6	0,96
2. Кадрові можливості	2.1. Рівень кваліфікації персоналу		3	
	2.2. Рівень готовності персоналу до змін на підприємстві		1	
	2.3. Розвиненість системи мотивації персоналу		1	
	2.4. Ступінь творчої ініціативності персоналу		1	
Підсумкова оцінка		0,18	6	1,08
3. Науково-технічні можливості	3.1. Рівень витрат на наукові розробки в собівартості товарної продукції		1	
	3.2. Рівень витрат на використання науково-технічних досягнень у собівартості товарної продукції		0	
	3.3. Рівень використання розробок		1	
	3.4. Частка персоналу, яка займається науковими		1	

	розробками у загальній кількості персоналу			
Підсумкова оцінка		0,17	3	0,51
			Продовження табл. 11.3.	
1	*2*	*3*	*4*	*5*
4.Маркетингові можливості	4.1. Раціональність використання каналів розподілу товарів		2	
	4.2. Гнучкість цінової політики		1	
	4.3. Рівень використання реклами		1	
	4.4. Ефективність системи збуту		2	
Підсумкова оцінка		0,16	6	0,96
5.Організаційні можливості	5.1. Рівень інноваційної спрямованості організаційної структури		1	
	5.2. Рівень відповідності організаційної культури інноваційному розвитку підприємства		1	
	5.3 Рівень компетенції керівників		2	
	5.4. Розвиненість системи інформаційного забезпечення		1	
Підсумкова оцінка		0,16	5	0,80
6. Фінансові можливості	6.1. Коефіцієнт абсолютної ліквідності		1	
	6.2. Коефіцієнт швидкої ліквідності		3	
	6.3. Коефіцієнт загальної ліквідності		3	
	6.4. Фінансова стійкість підприємства		2	
Підсумкова оцінка		0,17	9	1,53

За результатами аналізу робиться висновок про можливості підприємства здійснювати ті чи інші інновації або про необхідність розвитку тієї чи іншої складової інноваційного потенціалу підприємства.

Узагальнюючі питання оцінки інноваційного потенціалу підприємства, його інноваційної активності, спроможності і готовності до інноваційної діяльності можна визначати основні етапи проведення такої оцінки:

1) описання проблеми розвитку підприємства;

2) постановка завдань щодо програми вирішення проблеми;

3) описання системної моделі діяльності підприємства (розкривається внутрішнє і зовнішнє середовище, групи факторів впливу на інноваційну діяльність);

4) оцінка ресурсного потенціалу стосовно поставлених завдань;

5) оцінка організаційного потенціалу і техніко-організаційного рівня виробництва;

6) інтегральна оцінка потенціалу підприємства, його готовність вирішувати поставлені завдання, формулювання загальних висновків за результатами аналізу;

7) визначення основних напрямів проекту підготовки підприємства для досягнення необхідного потенціалу, складання завдань на розробку проекту.

11.2. Інтелектуальний потенціал України

Індекс людського розвитку – (ІЛР, англ. *Human Development Index, HDI*) це індекс для порівняльної оцінки бідності, грамотності, освіти, середньої тривалості життя, рівня охорони здоров'я, соціальної захищеності, довголіття, екології, рівня злочинності, дотримання прав людини і ВВП на душу населення. Індекс був розроблений у 1990 році пакистанським економістом Махбубом ель Хаком (*Mahbub ul Haq*) і використовується з 1993року ООН в щорічному звіті. *ІЛР* вимірюється у відносних величинах: 0< ІЛР <1

Місце країни в загальносвітовому рейтингу визначається в порядку зменшення названих вище зведених показників. Для України цей індекс починається з 1993 р. В 1993 р. вона займала 45 місце, в 2000 – 78 місце, в 2016 р. Україна посідала 84 місце. Попереду – Алжир, Вірменія, після неї – Йорданія, Перу, Таїланд.

Окремі із його показників:

1. *Тривалість життя*. Показник визначається як очікуваний при народженні. Вимірюється кількістю років, які може прожити новонароджений, якщо впродовж його життя рівень смертності залишатиметься таким самим, яким він був при народженні. В Україні на кінець 90-х років він дорівнював 68,1 року.

Високим показник тривалості життя є у Японії – 80,8 року, найнижчий – у Сьєрра-Леоне (Африка, Атлантичний океан, між Ліберією і Гвінею) – 38 років. Середньосвітовий показник – 66,7 р. В країнах, що займають 1-26 місця за рейтингом *ІЛР* – 75 років.

Середня тривалість життя чоловіків та жінок в Україні з 1990 р. до 2016 р. зросла. Різниця в тривалості життя між чоловіками і жінками з кожним роком стає все меншою і до 2030 р. стане незначною. Років через 10-15 чоловіки, як і жінки, зможуть розраховувати прожити до 87 років.

2. *Грамотність і охоплення навчанням.* Грамотність – застосовується для населення віком від 15 років і старше, передбачає уміння читати, писати нескладні тексти. На початку XXI ст. цей показник в Україні дорівнював 99,6 %. Показник є важливим для країн, що розвиваються, де більше 27% населення старше 15 років безграмотне. У світі безграмотних 20,8 %.

Охоплення навчанням характеризує відношення тих, хто навчається (незалежно від віку) в навчальних закладах 1-3 рівнів освіти (початкова, середня, вища) до чисельності вікових груп, які мали бути охоплені цією освітою). У країнах Заходу у кінці XX ст. він дорівнював 94 %.

3. *ВВП на одну особу.* За цим показником наша країна займає 96 місце серед 162 країн світу. Він становить 49,5 % світового рівня. Найвищий показник має держава Люксембург (42769 дол.), США – 31 872 дол., Норвегія – 28433, Україна – 3458 дол.

Інтелектуальний потенціал – сукупність інтелектуальних ресурсів, що втілюють наукові здобутки суспільства, трудових ресурсів з притаманними інтелектуальними, освітніми та кваліфікаційними характеристиками, раціональне використання яких забезпечує досягнення нової якості економічного розвитку, що ґрунтуються на знаннях [54].

Взаємозв'язок між людським капіталом, інтелектуальними активами і об'єктами інтелектуальної власності представлений на рис. 11.1.

Людський капітал – ресурс компанії, цінність якого невід'ємна від безпосереднього носія фахових знань – людини, працівника. *Інтелектуальний актив,* що колись був створений фахівцями компанії, стає її активом, може бути відтвореним, продаватися та купуватися. Тобто інтелектуальний продукт створюється фахівцем для компанії, де він стає активом, що може виготовлятися чи набути товарної форми. З цим продуктом фахівець самостійно не виходить на ринок, щоб запропонувати його споживачу. *Інтелектуальні активи* є матеріальними або фізичними описами специфічних знань, права власності на які підприємство може захищати на законних підставах.

Інтелектуальні активи піддаються комерціалізації, реалізуючись в інноваціях. Інтелектуальні активи, що набувають правового захисту, є *об'єктами інтелектуального права (патенти, авторські права, промислові таємниці, торгові марки тощо)*, на захисті яких стоять норми інтелектуального права.

Рис. 11.1 Інтелектуальні активи (ресурси) у структурі інтелектуального капіталу фірми [6]

Проблема: *оцінка інтелектуального ресурсу (активу) підприємства.* Вона необхідна для:

- вимірювання реальних вигід від витрачання коштів на їх створення чи придбання;
- порівняння ефективності використання цього ресурсу з іншими видами ресурсів;
- при купівлі-продажу права на об'єкти інтелектуальної власності;
- продажу ліцензій на використання об'єктів інтелектуальної власності;
- внесенням вкладу до статутного капіталу;
- оцінкою бізнесу;
- при злитті, поглинанні;

- при оцінці нематеріальних активів підприємства задля внесення змін до фінансової звітності.

Особливістю України є те, що оцінка нематеріальних активів, як правило здійснюється в наступних випадках:

- приватизації (корпоратизації) державних підприємств;
- при визначенні вартості внесків учасників (засновників) господарських товариств, у разі, коли до статутних фондів зазначених товариств вноситься майно господарських товариств із державною часткою у статутному капіталі;
- визначенні вартості цілісних майнових комплексів господарських товариств, до статутних фондів яких вноситься держане (комунальне) майно тощо.

Методологічні підходи оцінки інтелектуальних активів:

1. *за сумою витрат, понесених на створення або придбання активу.* В даному випадку:

а) інтелектуальний ресурс розглядається як основа для майбутнього росту компанії та оцінюється за прогнозованими економічними вигодами (грошовий потік, прибуток);

б) враховується вартість створення інтелектуального активу, особливо стосовно результатів НДДКР, винаходів і патентів, одержаних у зв'язку з виконанням НДДКР, особливо коли на ринку відсутній аналог цього інтелектуального об'єкту, але він має ознаки ринкової вартості.

В основу визначення вартості інтелектуального ресурсу закладаються усі витрати, понесені при його створенні. Наприклад, якщо йдеться при винахід, то типовими є витрати на оплату праці, матеріали, обладнання, створення експериментальних зразків, на виготовлення конструкторських креслень, на юридичний супровід тощо. Потрібно врахувати і прибуток. Ціна активу залежить від ринкової кон'юнктури

2. *бухгалтерський підхід* – визначається національними стандартами бухгалтерського обліку країни (Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи» (Затверджено наказом Міністерства фінансів України № 242 від 18.10.1999 р.). Норми цього *Положення (стандарту) застосовуються підприємствами*, організаціями та іншими юридичними особами (далі - підприємства) усіх форм власності (крім бюджетних установ).

Це *Положення* (стандарт) не поширюється на:

- права користування природними ресурсами (надрами, іншими ресурсами природного середовища, геологічною інформацією про природне середовище);
- права користування майном (земельною ділянкою, будівлею, оренда приміщень);
- права на комерційні позначення (торговельні марки, фірмові найменування тощо);
- права на об'єкти промислової власності (винаходи, корисні моделі, промислові зразки, сорти рослин, породи тварин тощо);
- авторське право та суміжні з ним права (на літературні, художні, музичні твори, комп'ютерні програми);
- незавершені капітальні інвестиції в нематеріальні активи.

Придбаний або отриманий нематеріальний актив відображається в балансі, якщо існує імовірність одержання майбутніх економічних вигід, пов'язаних з його використанням, та його вартість може бути достовірно визначена.

Нематеріальний актив, отриманий в результаті розробки, слід відображати в балансі за умов, якщо підприємство має:

- намір, технічну можливість та ресурси для доведення нематеріального активу до стану, у якому він придатний для реалізації або використання;
- можливість отримання майбутніх економічних вигід від реалізації або використання нематеріального активу;
- інформацію для достовірного визначення витрат, пов'язаних з розробкою нематеріального активу.

Якщо нематеріальний актив не відповідає вказаним критеріям визнання, то витрати, пов'язані з його придбанням чи створенням, визнаються витратами того звітного періоду, протягом якого вони були здійснені, без визнання таких витрат у майбутньому нематеріальним активом.

Не визнаються нематеріальним активом, а підлягають відображенню у складі витрат того звітного періоду, в якому вони були здійснені:

- витрати на дослідження;
- витрати на підготовку і перепідготовку кадрів;
- витрати на рекламу та просування продукції на ринку;
- витрати на створення, реорганізацію та переміщення підприємства або його частини;

- витрати на підвищення ділової репутації підприємства, вартість видань;
- витрати на створення торгових марок (товарних знаків).

Придбані (створені) нематеріальні активи зараховуються на баланс підприємства за первісною вартістю. Первісна вартість придбаного нематеріального активу складається з:

- ціни (вартості) придбання (крім отриманих торговельних знижок),
- мита,
- непрямих податків, що не підлягають відшкодуванню,
- та інших витрат, безпосередньо пов'язаних з його придбанням та доведенням до стану, у якому він придатний для використання за призначенням.

Первісна вартість нематеріального активу, придбаного в результаті обміну на подібний об’єкт, дорівнює залишковій вартості переданого нематеріального активу. Якщо залишкова вартість переданого об’єкта перевищує його справедливу вартість, то первісною вартістю нематеріального активу, отриманого в обмін на подібний об’єкт, є його справедлива вартість із включенням різниці до фінансових результатів (витрат) звітного періоду.

Первісна вартість нематеріального активу, придбаного в обмін (або частковий обмін) на неподібний об’єкт, дорівнює справедливій вартості переданого нематеріального активу, збільшеній (зменшеній) на суму грошових коштів чи їх еквівалентів, що була передана (отримана) під час обміну.

Первісною вартістю нематеріальних активів, що внесені до статутного капіталу підприємства, визнається погоджена засновниками (учасниками) підприємства їх справедлива вартість з урахуванням витрат, передбачених пунктом 11 цього Положення (стандарту) (пункт 14 із змінами, внесеними згідно з наказом Міністерства фінансів України від 25.11.2002 р. № 989).

Нематеріальні активи, отримані внаслідок об’єднання підприємств, оцінюються за їх справедливою вартістю.

Справедлива вартість – це ринкова оцінка. Для деяких активів та зобов’язань може бути ринкова інформація або ринкові операції, інформація про які є відкритою. Для інших активів та зобов’язань може не бути ринкової інформації або ринкових операцій, інформація про які є відкритою. Проте мета оцінки справедливої

вартості в обох випадках однакова – визначити ціну, за якою відбувалася б звичайна операція продажу активу чи передачі.

Якщо ціна на ідентичний актив або зобов'язання не є відкритою, суб'єкт господарювання оцінює справедливу вартість, користуючись іншим методом оцінювання, який максимізує використання відповідних відкритих вхідних даних та мінімізує використання закритих вхідних даних. Оскільки справедлива вартість – це оцінка на основі даних ринку, то її оцінюють, використовуючи припущення, які використовували б учасники ринку, складаючи ціну активу або зобов'язання, в тому числі припущення про ризик. Визначення справедливої вартості зосереджене на активах та зобов'язаннях, оскільки вони є основним предметом облікової оцінки.

Оцінка справедливої вартості – це оцінка конкретного активу або зобов'язання. Тому, оцінюючи справедливу вартість, суб'єкт господарювання має брати до уваги ті характеристики активу або зобов'язання, які учасники ринку взяли б до уваги, визначаючи ціну активу або зобов'язання на дату оцінки. До таких характеристик належать, наприклад, такі:

а) стан та місце розташування активу;

б) обмеження, якщо вони є, на продаж або використання активу.

Якщо для активу або зобов'язання є основний ринок, то оцінка справедливої вартості представляє ціну та такому ринку (незалежно від того, чи ця ціна є безпосередньо відкритою, чи її оцінку отримано за іншим методом оцінювання), навіть якщо ціна на іншому ринку є потенційно більш сприятливою на дату оцінки.

Якщо відкритих цін немає, то за допомогою іншого методу оцінювання, такого як:

- дохідний підхід (наприклад, метод теперішньої вартості, який враховує майбутні грошові потоки, які учасник ринку очікував би отримувати від утримування зобов'язання або інструменту капіталу як активу);

- ринковий підхід (наприклад, користуючись цінами котирування на подібні зобов'язання або інструменти капіталу, утримувані іншими сторонами як активи).

Первісна вартість нематеріального активу створеного підприємством, включає:

- прямі витрати на оплату праці,

- прямі матеріальні витрати,

- інші витрати, безпосередньо пов’язані із створенням цього нематеріального активу та приведенням його до стану придатності для використання за призначенням (оплата реєстрації юридичного права, амортизація патентів, ліцензій тощо).

Первісна вартість нематеріальних активів збільшується на суму витрат, пов’язаних із удосконаленням цих нематеріальних активів і підвищенням їх можливостей та строку використання, які сприятимуть збільшенню первісно очікуваних майбутніх економічних вигід.

Витрати, що здійснюються для підтримання об’єкта в придатному для використання стані та одержання первісно визначеного розміру майбутніх економічних вигід від його використання, включаються до складу витрат звітного періоду.

Контрольні питання:

1. Якими є підходи до визначення поняття «інноваційний потенціал»? Схарактеризуйте їх.
2. Назвіть показники, за якими можна охарактеризувати інноваційний потенціал підприємства.
3. Якою є структура інноваційного потенціалу підприємства. Схарактеризуйте їх.
4. Яке місце в структурі інноваційного потенціалу посідає інтелектуальний потенціал? Обґрунтуйте свою точку зору.
5. Назвіть і схарактеризуйте існуючі методологічні підходи до оцінки інтелектуальних активів підприємства.

Тестові завдання:

1. Інноваційний потенціал підприємства – це:

а) сукупність різних видів ресурсів, включаючи матеріальні, фінансові, інтелектуальні, інформаційні та інші ресурси, необхідні для здійснення інноваційної діяльності;

б) сукупність видів діяльності досліджуваного підприємства;

в) сукупність економічних показників, за якими можна охарактеризувати економічний стан підприємства;

г) сукупність фінансових показників, за якими можна охарактеризувати фінансовий стан підприємства.

2. Структура ресурсної складової інноваційного потенціалу:

а) монографічні, розрахунково-конструктивні, групувань тощо;

б) державні, регіональні, галузеві, на рівні підприємства;

в) наукові, технічні, технологічні, кадрові, фінансові;

г) базові, поліпшувальні, псевдоінновації.

3. До наукової складової інноваційного потенціалу підприємства включають:

а) наукові розробки лабораторій, дослідно-винахідницькі лабораторії, ноу-хау;

б) особливості виробничого обладнання, основних і допоміжних матеріалів, технічного оснащення для виробництва нової продукції;

в) наявність прогресивних технологій і методів організації виробництва;

г) класифікаційний, демографічний склад, стан плинності, здатність адаптуватися до змін.

4. До технічної складової інноваційного потенціалу підприємства включають:

а) наукові розробки лабораторій, дослідно-винахідницькі лабораторії, ноу-хау;

б) особливості виробничого обладнання, основних і допоміжних матеріалів, технічного оснащення для виробництва нової продукції;

в) наявність прогресивних технологій і методів організації виробництва;

г) класифікаційний, демографічний склад, стан плинності, здатність адаптуватися до змін.

5. До технологічної складової інноваційного потенціалу підприємства включають:

а) наукові розробки лабораторій, дослідно-винахідницькі лабораторії, ноу-хау;

б) особливості виробничого обладнання, основних і допоміжних матеріалів, технічного оснащення для виробництва нової продукції;

в) наявність прогресивних технологій і методів організації виробництва;

г) класифікаційний, демографічний склад, стан плинності, здатність адаптуватися до змін.

6. До кадрової складової інноваційного потенціалу підприємства включають:

а) наукові розробки лабораторій, дослідно-винахідницькі лабораторії, ноу-хау;

б) особливості виробничого обладнання, основних і допоміжних матеріалів, технічного оснащення для виробництва нової продукції;

в) наявність прогресивних технологій і методів організації виробництва;

г) класифікаційний, демографічний склад, стан плинності, здатність адаптуватися до змін.

7. До фінансової складової інноваційного потенціалу підприємства включають:

а) наукові розробки лабораторій, дослідно-винахідницькі лабораторії, ноу-хау;

б) особливості виробничого обладнання, основних і допоміжних матеріалів, технічного оснащення для виробництва нової продукції;

в) наявність прогресивних технологій і методів організації виробництва;

г) наявність власних фінансових ресурсів, інших джерел фінансування, умов кредитування.

8. **До суб'єктних складових інноваційного потенціалу підприємства** належать:

а) управлінський потенціал, потенціал організаційної структури управління, маркетинговий, логістичний, інформаційний потенціал;

б) наукові розробки лабораторій, дослідно-винахідницькі лабораторії, ноу-хау;

в) дослідно-конструкторські приміщення, лабораторії, відділи;

г) спеціалізовано виробниче обладнання, жорстко зв'язане в єдиний потік для масового випуску продукції.

10. Система управління інноваціями на підприємстві включає:

а) систему стратегічного планування, активізації персоналу;

б) системи раціоналізації, збагачення праці і ротації;

в) сучасні системи забезпечення матеріальними запасами, логістичні системи;

г) усі відповіді вірні.

Література: 2, 4, 6, 12, 30, 54, 67.

Тема 12. ІНВЕСТИЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

12.1. Інвестиційне забезпечення інноваційного розвитку підприємства: стан, проблеми

12.2. Підходи до оцінки інвестиційної привабливості підприємства

12.3. Практичні аспекти обґрунтування використання інновацій на підприємстві

12.1. Інвестиційне забезпечення інноваційного розвитку підприємства: стан, проблеми

Підвищення активності інноваційної діяльності вітчизняних підприємств є однією з головних передумов стабільності та сталого розвитку економіки. Але водночас суб'єкти господарювання в умовах невизначеності стикаються з такою серйозною перешкодою як хронічний дефіцит інвестиційних ресурсів.

Світовий та вітчизняний досвід переконливо свідчить, що вирішення проблем інвестиційного забезпечення інноваційної діяльності підприємств полягає у першу чергу в обґрунтуванні теоретико-методичних підходів для збільшення обсягів притоку інвестицій. За умов збільшення обсягів ресурсів та їх ефективного використання інвестиційне забезпечення інноваційного розвитку підприємства повинне стати двигуном підвищення конкурентних позицій вітчизняних суб'єктів господарювання та розвитку національної економіки в цілому [10].

Інвестиційне забезпечення інноваційного розвитку підприємства з одного боку, – це безперервний, послідовний процес пошуку, залучення та використання різних видів інвестиційних ресурсів, необхідних для здійснення інноваційної діяльності (рис. 12.1.), з іншого, – складна система, що містить джерела інвестиційних ресурсів, форми та інструменти інвестування, які в сукупності дають змогу обґрунтовано обрати спосіб ресурсного забезпечення, що забезпечує комплексний підхід до вирішення питання інвестування [79].

Порядок фінансування інноваційних проектів і структура інвестиційних ресурсів у кожному конкретному випадку мають свою

специфіку і безпосередньо пов’язані із характером впроваджуваних нововведень.

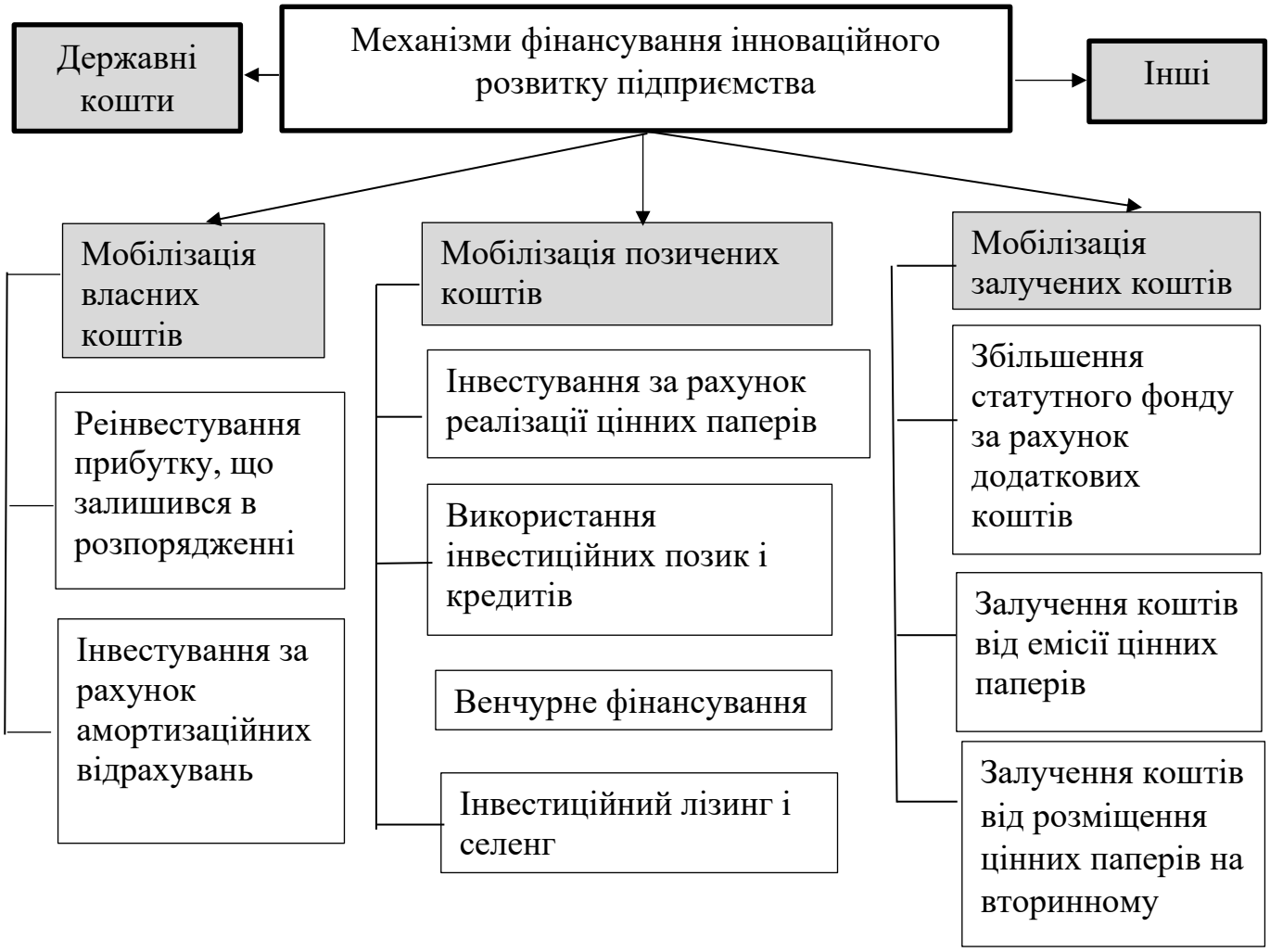

Рис. 12.1. Напрямки поліпшення інвестиційного забезпечення інноваційної діяльності підприємств [10]

Ефективність інноваційної діяльності підприємств суттєво залежить від її стимулювання і підтримки на усіх рівнях. Дослідження можливих шляхів стимулювання та підтримки інноваційної діяльності підприємств з врахуванням закордонного та вітчизняного досвіду дає можливість виділити головні напрямки, які дозволять прискорити процес оновлення виробництва та ефективно використовувати внутрішні й залучати зовнішні інвестиції в інноваційну діяльність:

1) надання пільг підприємствам, установам та організаціям інноваційної інфраструктури (науково-дослідним і дослідно-конструкторським установам; підприємствам, що створюють інновації; вищим навчальним закладам; тимчасовим колективам та

ін.). Упровадження податкових «канікул» та податкових інвестиційних кредитів;

2) зменшення бази оподаткування з урахуванням внесків у спеціальні фонди підприємства (інноваційний, інвестиційний, амортизаційний та інші);

3) створення умов стимулювання фінансово-кредитних установ щодо кредитування інноваційної діяльності суб'єктів господарювання.

Досвід України та інших держав свідчить про можливість створення фондів підтримки інноваційної діяльності на усіх рівнях. Так, з метою фінансування науково-технічних розробок і впровадження у виробництво можливим є створення Українського інноваційного фонду; регіональних фондів – з метою сприяння розвитку підприємств науково-технічної сфери. Крім того, можливим є створення загальнодержавних фондів підтримки інноваційної діяльності та венчурних фондів в найбільш інноваційно активних містах країни [10].

12.2. Підходи до оцінки інвестиційної привабливості підприємства

З позицій інвестора, інвестиційна привабливість розглядається як узагальнена характеристики переваг і недоліків об'єкта інвестування. При її вивченні інвестором проводиться оцінка макроекономічної ситуації, що складається в тій чи іншій країні. Як правило, інвестиційна привабливість визначається досягненням компромісу інтересів інвестора і реципієнта інвестицій. Її рівень підвищується при швидкому досягненні консенсусу між суб'єктами інвестиційного процесу [68].

У процесі оцінки інвестиційної привабливості необхідно дати відповідь на питання куди, коли і скільки ресурсів може спрямувати інвестор у процесі здійснення інвестицій. Фінансово-статистична практика виробила велику кількість методичних підходів до оцінки інвестиційної привабливості, систематизація яких дозволила об'єднати їх в три підходи: статистичний, експертний та рейтинговий [46, с. 119].

Статистичний підхід ґрунтується на аналізі фактичних статистичних даних стосовно надходження інвестицій і базується на припущенні, що високий рівень визначених показників свідчить про високу інвестиційну привабливість економіки. Водночас слід враховувати, що метод носить формалізований характер і базується на

конкретних соціально-економічних показниках. Окрім того, статистичний підхід дозволяє врахувати лише факт надходження інвестицій і не враховує багатьох факторів, що приймаються інвесторами до уваги [36].

Метод експертних оцінок полягає в експертній оцінці різноманітних показників розвитку: експерт з власних міркувань і власного досвіду обирає найбільш важливі показники, аналізує їх динаміку розвитку та формує висновки стосовно інвестиційного клімату. Слід зазначити, що до цього методу найчастіше звертаються іноземні інвестори. Перевагою використання експертного підходу є можливість адаптації показників і факторів, що вивчаються для потреб конкретних інвесторів або поглиблений аналіз привабливості певних галузей. Водночас до суттєвих недоліків використання методу експертних оцінок слід віднести суб'єктивність оцінки та залежність висновків від позицій експерта [46].

Рейтинговий підхід включає два різновиди – рейтинговий-аналітичний підхід та рейтинговий підхід на основі опитувань. *Рейтинговий-аналітичний метод* полягає в аналізі різних аспектів розвитку економіки, формуванні на їхній основі аналітичних показників, подальшого їх групування та консолідації і формуванні інтегрального показника, за яким будується рейтинг країни і визначається її позиція в рейтингу. Цей підхід має найбільш широке використання. До переваг цього підходу відносять простоту використання та зручність інтерпретації результатів, а до недоліків – значну залежність від макроекономічних показників, непрозорість показників, що групуються, відсутність врахування регіональної специфіки.

У результаті отримане значення рейтингу лише вказує на місце національної економіки в рейтингу, але нічого не говорить про галузеву специфіку регіону і пріоритетні напрямки інвестицій.

Рейтинговий підхід на основі опитувань базується на опитуванні суб'єктів економічної діяльності або експертів, в процесі якого визначають ступінь та напрям впливу тих чи інших факторів. У подальшому дані опитування групуються і на основі інтегрального показника будується загальний рейтинг регіону. Саме ця методика широко впроваджена у практику провідних світових консалтингових та аналітичних агенцій [36].

Одним із найбільш впливових рейтингів країн світу є рейтинг конкурентоспроможності, який розробляється Інститутом розвитку

менеджменту (*IMD,* Швейцарія). При складанні цього рейтингу оцінюються досягнення країн за чотирма групами факторів конкурентоспроможності, зокрема враховуються: 1) економічні показники; 2) ефективність діяльності уряду; 3) ефективність бізнесу та 4) інфраструктура [48]. Відмінність цього рейтингу полягає в тому, що він аналізує показники для більшості розвинених країн (усього аналізується інформація для 59 країн). Це дозволяє не викривляти показники рейтингу, як це відбувається при порівнянні високорозвинених економік із найменш розвиненими країнами світу.

Ще одним впливовим рейтингом є рейтинг за індексом економічної свободи (*Index of Economic Freedom*), який розраховується американським фондом *«The Heritage Foundation»* та газетою *«The Wall Street Journal»*. Експерти цих організацій наголошують на існуванні прямого зв'язку між свободою економіки та успішністю її розвитку, а під економічною свободою розуміють ступінь урядового втручання у виробництво, розподіл і споживання товарів і послуг.

Рейтинг складається, починаючи з 1995 року. Методика розрахунку індексу економічної свободи полягає у визначенні середнього арифметичного десяти показників, до яких входять: свобода ведення бізнесу, торгівлі, інвестицій, фінансового сектору, праці, монетарна та фіскальна свободи, гарантії прав власності, розмір бюрократичного апарату, захист від корупції. Залежно від величини показника країни поділяються на п'ять груп: «вільні», «переважно вільні», «помірно вільні», «переважно невільні» і «невільні» [85].

Другою групою рейтингів є такі, що складаються міжнародними організаціями економічного та соціального розвитку (табл. 12.1).

Таблиця 12.1

Міжнародні організації, що оцінюють економічний та соціальний розвиток країн

Організація	Основний рейтинг (індекс)
Інститут розвитку менеджменту (IMD)	Рейтинг конкурентоспроможності
Фонд «The Heritage Foundation» та газета «The Wall Street Journal»	Рейтинг за індексом економічної свободи
Інститут Като	Рейтинг економічної свободи
Дослідний центр Brookings Institution	Рейтинг слабкості держав, що розвиваються

Інформаційною базою для таких рейтингів є макроекономічні показники та статистичні дані, а також у ряді випадків показники, що розраховуються за спеціально розробленими методиками, які узагальнюють найбільш значущі показники та формують підсумкове значення, що надає можливість порівняти дані щодо конкретної країни з даними інших країн. Найбільш впливовим рейтингом цієї групи є рейтинг ведення бізнесу, який розраховується Світовим банком. Метою цього рейтингу є створення методики оцінки якості правил, що регулюють та визначають умови діяльність підприємств у тій чи іншій країні впродовж повного життєвого циклу, від реєстрації до моменту ліквідації компанії [49]. Розробники рейтингу наголошують на тому, що в економічних системах з ефективними та зрозумілими нормами регулювання підприємницької діяльності доступ до ділових можливостей практично не залежить від особистих зв'язків чи преференцій, а переважна частина бізнесової активності припадає на формальний сектор економіки, де вона належним чином регулюється та приносить користь суспільству.

Сам рейтинг ведення бізнесу складається з урахуванням десяти показників регулювання підприємницької діяльності, які оцінюють тривалість та вартість виконання підприємцем державних вимог стосовно реєстрації підприємства, його діяльності, ведення торговельних операцій, виконання контрактів, оподаткування та ліквідації підприємства. Кожен з показників має рівну вагу. Особливістю рейтингу є те, що він не враховує такі змінні фактори, як державна макроекономічна політика, стан інфраструктури, кваліфікація робочої сили, коливання на валютних ринках, рівень корупції та думки інвесторів. За рахунок цього умови ведення бізнесу аналізуються виключно на рівні норм законодавства без урахування політичних аспектів. Індекс розраховується для 183 країн світу, а висока позиція країни в рейтингу означає, що її регуляторний клімат сприяє діловій активності [49].

Іншим впливовим рейтингом цієї групи є рейтинг за індексом конкурентоспроможності економічного зростання, який розраховується Всесвітнім економічним форумом (Давос, Швейцарія). Особливістю цього рейтингу є те, що він оцінює здатність економіки підтримувати стабільне економічне зростання в середньо- і довгостроковому періоді. При складанні рейтингу аналізуються три групи факторів: 1) базові вимоги, до яких належать інститути, інфраструктура, макроекономічні показники, охорона здоров'я та

базова освіта; 2) показники ефективності, які оцінюють стан вищої освіти, функціонування товарних ринків, ефективність роботи ринку праці, стан фінансового ринку, технологічний розвиток; 3) інноваційні фактори, серед яких спрощення процедур ведення бізнесу та застосування інновацій [47]. Індекс конкурентоспроможності економічного зростання дозволяє визначити як конкурентні переваги досліджуваної країни, так і характерні для неї слабкі місця.

Групою суб'єктів, що здатні знизити інформаційну асиметрію на світовому ринку інвестицій, є рейтингові агентства.

Moody's є одним із найбільших світових рейтингових агентств. Це агентство оперує 32 рейтинговими системами. Компанія оцінює кредитний рейтинг позичальників за стандартизованою шкалою, та надає оцінки, що відповідають 12 рівням, які використовуються для прийняття інвестиційних та спекулятивних рішень. На сьогодні частка компанії у світовому ринку кредитних рейтингів становить близько 40% [50].

Аналітична компанія *Standard & Poor's.* Компанія відома також як автор і редактор американського фондового індексу *S&P 500* та австралійського *S&P 200*. Довгострокові кредитні рейтинги *Standard & Poor's* оцінюють здатність емітента дотримуватися своїх боргових зобов'язань. Рейтингові оцінки позначаються літерами: від найвищої оцінки *AAA* (виключно надійні емітенти) до оцінки *D* (емітенти, які оголошують про дефолт) [84]. Окрім цього, компанія складає короткострокові кредитні рейтинги, а також рейтинги корпоративного управління та рейтинги інформаційної прозорості підприємств. Останньою групою організацій, що складають рейтинги, є інформаційні агентства (табл. 12.2).

Одним із впливових рейтингів цієї групи є рейтинг ризику країн, що складається двічі на рік журналом *Euromoney*. Опубліковані ним результати представляють перелік країн, розташованих залежно від величини інтегрального показника надійності. Сам показник знаходиться в інтервалі від 0 до 100 і є сумою оцінок, отриманих методом експертних оцінок або розрахунком за дев'ятьма показниками. Значення показника, що дорівнює 0, означає найбільший ризик, відповідно оцінка 100 означає найменший рівень ризику. Числові значення переводяться в десять літерних позначень: від *AAA* до *N/R* [81].

Таблиця 12.2

Рейтингові агентства, що оцінюють економічний та соціальний розвиток країн

Інформаційне агентство	Основний рейтинг (індекс)
Euromoney (Великобританія)	Рейтинг ризику країн
Newsweek (США)	Рейтинг кращих країн *(Newsweek's The World's Best Countries)*
Журнал Forbes (США)	Рейтинг країн з найбільш сприятливими умовами для бізнесу *(Best Countries for Business)*
Economist (Великобританія)	Рейтинг підприємницької привабливості
Foreign *Policy Journal* (США)	Індекс глобалізації Індекс недієздатних країн *(Failed States Index)*
Журнал *International Living* (США)	Рейтинг країн за рівнем життя *(Quality of Life Index)*
Журнал *Business Insider* (США)	Рейтинг країн з загрозою дефолту
Журнал *Institutional Investor* (США)	Оцінка кредитоспроможності країн

Оригінальна методика покладена в основу рейтингу 100 кращих країн світу, що складається журналом *Newsweek*. Рейтинг дає відповідь на запитання – у якій країні найкраще народитися сьогодні, щоб ця країна надала можливості жити при доброму здоров'ї, безпечно, матеріально достатньо і з перспективою поліпшення. Для цього було відібрано п'ять категорій індикаторів, які визначають національний добробут: освіта, охорона здоров'я, якість життя, економічний динамізм, політичне середовище.

Дослідження містить як загальний рейтинг, так і рейтинги за кожним з п'яти вищезазначених показників. Також за даними рейтингу можна проглянути місце країни в її групі за трьома принципами групування: географічним, за рівнем доходів на душу населення (ВВП) і за чисельністю населення.

Рівень якості освіти у країнах оцінювався за середнім рівнем тестів *TIMSS* (Trends in International Mathematics and Science Study) або *PISA* (Programme for International Student Assessment). Для країн, у яких не проводяться такі тести, оцінки проведені на основі рівня грамотності та середньої тривалості навчання.

Здоров'я оцінюється за очікуваною тривалістю життя при народженні, враховуючи середнє число років, яке людина може прожити в повному здоров'ї, з урахуванням років життя в неповному здоров'ї у зв'язку із захворюванням або травмою (показники Всесвітньої організації охорони здоров'я).

Якість життя. Цей показник базується на визначенні ступеня нерівності в доходах (коефіцієнт Джині), ступеня гендерного розриву (ступінь нерівності між чоловіками і жінками); визначенні рівня крайньої бідності (відсоток населення, що живе менш ніж на $ 2 в день); стандартів життя населення, зокрема величини споживання на душу населення; оцінки рівня фізичної безпеки та екологічного впливу на людину; економічної безпеки людини (визначається за рівнем безробіття та ін.).

Економічний динамізм оцінюється за показниками зростання виробництва, диверсифікації, новаторства і капіталізації фондового ринку.

Політичне середовище. Рівень демократичних свобод у країні оцінюється за показниками якості виборчого процесу, участі у громадян у політичному житті, якості функціонування уряду, свободи вираження думок і переконань, об'єднання в асоціації, верховенства закону і особистої свободи та прав особистості (Freedom House). Для оцінки політичного середовища також використано показник демократії Economist Intelligence Unit та дані ризиків через політичні рішення і дії, з якими стикаються уряди, корпорації та інвестори в зарубіжних країнах (звіти компанії Political Risk Services) [83].

Ще одним рейтингом, що належить до рейтингів, які розробляються інформаційними агентствами, є рейтинг країн із найбільш сприятливими умовами для бізнесу, який складається журналом *«Forbes»* – одним із найбільш популярних ділових видань у світі. Цей рейтинг оцінює умови ведення бізнесу в 134 країнах, концентруючи увагу на таких факторах ділової активності, як інновації, технологічний розвиток, податкова система, захист майнових прав, корупція, рівень особистої та економічної свободи, бюрократія та захист інвесторів [82].

Оцінка та відбір інноваційних проектів на рівні підприємства може базуватися на різних методиках та орієнтуватися на різні критерії. Вибір методики та критеріїв залежить від специфіки інноваційного проекту, типу галузі та ряду інших факторів.

Найбільш поширеними серед підходів для визначення інвестиційної привабливості інноваційних об'єктів є *методики оцінки інвестиційної привабливості підприємства на основі показників фінансової діяльності суб'єкта господарювання* [10]. Розповсюдженою в практичному використанні є інтегральна оцінка інвестиційної привабливості, затверджена *Агентством з питань запобігання банкрутству підприємств та організацій*, яка включає оцінку фінансового стану об'єкта інвестування, визначення вагомості показників на основі експертних оцінок; розрахунок рангового значення за кожним показником і визначення на його основі інтегрального показника інвестиційної привабливості [41].

В роботі Р.М. Скриньковського представлено алгоритм оцінювання інвестиційної привабливості підприємств. Алгоритм складається з трьох етапів і послідовного оцінювання ряду показників з урахуванням поточних і майбутніх факторів впливу зовнішнього та внутрішнього середовищ:

– аналіз та оцінка сучасного стану інвестиційної привабливості підприємств на основі трьох аспектів їх діяльності: фінансово-господарської, інноваційної, інвестиційної;

– оцінювання фінансового стану підприємства;

– аналіз ефективності інноваційної діяльності підприємства [66].

Кінцевим критерієм оцінювання інвестиційної привабливості підприємств виступає узагальнюючий (інтегральний) показник. Використання даного підходу для оцінки інвестиційної привабливості інноваційної діяльності підприємства дозволить чітко визначити і зрозуміти критерії, якими керується інвестор при прийнятті рішення про вкладення коштів у той чи інший об'єкт, що в свою чергу сприятиме збільшенню обсягів залученого капіталу.

При оцінці ефективності інновацій необхідно враховувати як загальну масу доходу (корисного результату), яку можна отримати за весь строк корисного використання нововведення, так і його приріст у порівнянні з аналогами. Виконання цієї вимоги означає, що при техніко-економічному обґрунтуванні вибору найкращого варіанту інновацій слід виходити як з теорії порівняльної оцінки ефективності, так і з теорії абсолютної ефективності.

Ґрунтуючись на теорії порівняльної ефективності, відбирають найкращий варіант з числа можливих, а потім проводять розрахунок оціночних показників абсолютної ефективності інновацій. Разом з тим порівняльна оцінка ефективності нововведення необхідна не тільки

для відбору найкращого варіанта з числа можливих, але й для визначення його впливу на економічні показники господарської діяльності підприємства.

При розрахунку ефективності інновацій рекомендується розрізняти:

а) розрахунковий рік впровадження;

б) перший рік після закінчення нормативного строку освоєння нововведення;

в) початковий строк корисного використання інновацій;

г) строк корисного використання нововведення;

д) останній рік строку корисного використання інновацій.

За розрахунковий рік приймається другий або третій календарний рік серійного випуску нової продукції або другий рік користування нової технології, нових методів організації управління, виробництва, праці тощо [10].

За початковий рік строку корисного використання інноваційного проекту приймається рік початку фінансування робіт з його реалізації. Такий підхід не завжди прийнятний для оцінки ефективності нововведення, тому що одноразові витрати на його реалізацію можуть здійснюватися протягом багатьох років. При цьому одночасно може отримуватися корисний результат, наприклад при великомасштабних інноваційних проектах та участі в їх реалізації зацікавлених державних та комерційних структур.

Наприклад, особливостями літакобудування є те, що авіамотор як правило проектується близько десяти років, а «живе» він тридцять-сорок років. Аналогічна ситуація складається з проектуванням, виробництвом та експлуатацією паро-газових установок, «серцем» яких служить газова турбіна. За сукупним коефіцієнтом корисної дії паро-газові станції переважають звичайні теплові електростанції у 1,5 рази.

Виходячи з цього при оцінці ефективності інновацій усі витрати (поточні та разові), а також результати приводяться до розрахункового року з допомогою як коефіцієнтів дисконтування, так і коефіцієнтів нарощування (величина, що показує співвідношення нарощеного початкового капіталу). На відміну від цього при оцінці ефективності інноваційних проектів приведення поточних витрат та результатів здійснюється шляхом їх дисконтування до початкового року здійснення одноразових витрат.

При оцінці ефективності нововведень на відміну від оцінки ефективності інвестицій слід значно більше приділяти уваги процесу вибору найкращого варіанту з числа можливих. При відборі найкращого варіанту з числа можливих необхідно забезпечити їх зіставлення не лише за фактором часу, але й за обсягом виробництва нової продукції (робіт), та за якісними, соціальним та екологічними факторами. При цьому за базу для порівняння приймаються:

- на етапі формування портфеля НДДКР, при прийнятті рішення про впровадження у виробництво нововведення – показники найкращої техніки, спроектованої в Україні або за кордоном, яка може бути закуплена в необхідній кількості або розроблена та виготовлена на основі ліцензії в Україні. У випадку відсутності аналогів для порівняння и неможливості використання даних про іноземні аналоги за базу для порівняння приймаються показники найкращої техніки, що виготовляється в Україні;

- на етапі формування планів з освоєння нововведення – показники замінної техніки (аналогу);

- на етапі техніко-економічного обґрунтування вибору найкращого варіанту має дотримуватися як державний підхід, так і підхід, що враховує інтереси виробників та інвесторів, що передбачає:

а) оцінку ефективності з урахуванням супутніх позитивних та негативних результатів в інших сферах народного господарства, включаючи соціальну, екологічну та зовнішньоекономічну сфери;

б) проведення розрахунків економічної ефективності з усього циклу розробки та реалізації інновацій, включаючи НДДКР, освоєння, серійне виробництво, а також період його використання;

в) застосування у розрахунках системи економічних нормативів (витрат, оподаткування, плати за землю, відрахувань єдиного соціального податку та страхування професійних ризиків, правил и нормативних розрахунків з банками за кредити, нормативів перерахунку валютної виручки);

г) розрахунок показників ефективності, які відображають вплив інновацій на державний інтерес (через систему податків), інтереси виробників та споживачів [10].

При оцінці ефективності інновацій витрати та результати, що здійснюються та отримуються до початку розрахункового року, множаться на коефіцієнт нарощування, а після звітного року – на коефіцієнт дисконтування. Приведення різних за часом витрат до розрахункового року здійснюється лише при визначенні оціночних

показників ефективності з метою прийняття рішення про доцільність реалізації нововведення.

При оцінці ефективності інвестиційної діяльності можливим є використання *методу власного капіталу.* Він базується на використанні таких груп показників: оцінка ефективності використання власного капіталу; прогноз грошових потоків; показник дисконту – вартість власного капіталу [62].

Метод оцінки ефективності інновацій має базуватися на системі оціночних показників, які враховують інтереси творців, виробників, споживачів та бюджету, у той час як методи оцінки ефективності інвестицій дублюють один одного і дають можливість оцінити ефективність інвестицій лише з позицій інвестора при заданих ним обмеженнях.

Методи оцінки ефективності нововведень мають включати показники, які відображають інтегральний (загальний) ефект від створення, виробництва та експлуатації нововведень. Такий підхід дає можливість не лише дати загальну (комплексну) оцінку ефективності нововведення, але й визначити внесок кожного з учасників інвестиційної діяльності.

Для оцінки ефективності нововведень доцільно застосовувати не лише методи дисконтування, але й метод компаундингу (оцінка вкладень, приймаючи за основу кумулятивний процес) та ануїтету. У цьому випадку з'являється можливість визначити економічний ефект за кожним роком корисного використання нововведення та найкраще прив'язати показники ефективності з реальними господарськими процесами, які будуть здійснюватися в економіці. На відміну від цього при оцінці ефективності інвестиційних проектів витрати та результати, що проектуються на майбутнє, приводяться до поточного року методом дисконтування, що обтяжує можливість визначення економічного ефекту за кожним шагом корисного використання інвестиційного проекту, і як наслідок, не дає можливості оцінити значення показників ефективності у недалекій перспективі [10].

При оцінці ефективності нововведень слід виходити з можливості використання двох норм доходу на капітал. Одну з них доцільно використовувати для приведення разових витрат до розрахункового року. За своїм значенням вона має відповідати нормі прибутку, яку гарантує банк власнику грошових коштів, покладених на депозитний рахунок. Інша норма доходу на капітал використовується для узгодження інтересів інвесторів та виробників нововведень. Методи

оцінки ефективності інвестицій у свою чергу виходять з єдиної норми доходу на капітал.

12.3. Практичні аспекти обґрунтування використання інновацій на підприємстві

Інноваційні товари з достатнім рівнем новизни створюються зазвичай у результаті наукових досліджень і розробок. Якщо інноваційний товар розробляється паралельно з інноваційною технологією його продукування, то така інновація вимагатиме від підприємства істотних витрат на дослідження і розробку (*R&D*). Хоч в останні роки проявляється тенденція до аутсорсингу *R&D*, дослідження та розробки принципово інноваційних товарів компанії продовжують здійснювати самостійно [28].

Це є виправданим з огляду на ускладнення доступу конкурентів до таких інноваційних розробок. Саме продуктові інновації на основі власних *R&D* забезпечують більшу віддачу (*ROI*). Однак виконання масштабних *R&D* породжує істотні витрати для підприємства. Отже, в цей період підприємство недоотримує певні обсяги чистого прибутку. Відповідно, підприємство, яке планує розроблення, освоєння та виведення на ринок продуктових інновацій, оцінюючи їхню економічну ефективність має враховувати необхідність дотримання певних умов.

Першою із вимог є *істотне перевищення* до початку досліджень і розробок *рівня рентабельності продажів підприємства його середньогалузевий рівень*. Лише за такої умови підприємство зможе залишатись прибутковим упродовж періоду розробки нового товару (2–4 роки), попри те, що витрати підприємства будуть істотно збільшені за рахунок витрат на *R&D*, які можуть становити 5–7 % обсягу продажів. Треба також враховувати необхідність витрат, зумовлених освоєнням нового виробу у виробництві та потребами успішного виведення цього товару на ринок.

По-друге, *маркетингові прогнози щодо нового товару повинні свідчити про готовність ринку до сприйняття інноваційного товару* та, відповідно, можливість його продажу за бажаною для підприємства ціною в достатніх обсягах. У цих прогнозах варто оцінювати як ємність ринку (сегменту ринку) та потенційно можливу частку на ньому підприємства-виробника, так і можливість упродовж певного

періоду (перших місяців або років) випуску інноваційного продукту застосовувати цінову політику «зняття вершків».

По-третє, *промисловий випуск нової розробки може вимагати розширення, модернізації або оновлення парку устаткування.* Відповідно це «змушуватиме» підприємство здійснити реальні інвестиції у певних обсягах. Здебільшого інвестиції будуть потрібні також для нарощування обсягу оборотних активів внаслідок зростання обсягів виробництва за рахунок нового товару. Відтак, для підприємства може гостро постати питання фінансування цих інвестицій.

Дійсно, проблема зменшення прибутків унаслідок *R&D* та «завищених» витрат для освоєння та просування товару на ринок, проявлятиметься також і у тому, що можливості компанії акумулювати власні фінансові ресурси зменшуватимуться. Це, своєю чергою, може ускладнити фінансування інвестицій у виробництво інноваційного товару, адже ці інвестиції генеруватимуть підвищений рівень ризику (щодо принципово нових товарів та технологій) і, відповідно, їх доцільно фінансувати за рахунок власних фінансових ресурсів.

Це все потребує ретельного обґрунтування економічної доцільності розроблення та впровадження інноваційних товарів. «Ретельність» може бути забезпечена, по-перше, необхідністю «варіантних» розрахунків, які ґрунтуватимуться на різних варіантах прогнозів, з відповідним оперуванням «математичними сподіваннями» («очікуваними значеннями») певних показників (чистого прибутку, грошового потоку, інвестицій), з виявленням середньоквадратичних відхилень прогнозних величин від їхнього «очікуваного значення», як міри достовірності цих математичних сподівань. В розрахунках фінансово-економічної доцільності випуску інноваційного товару, за думкою практиків, варто враховувати не лише інвестиційні розходи, але й витрати на «передінвестиційних» стадіях розроблення та освоєння інноваційного виробу, що є важливим як для зваженого прийняття рішення щодо розроблення продуктової інновації, так і для оцінки ефективності витрат на *R&D* [28].

Обґрунтовуючи економічну доцільність продуктової інновації, доцільно здійснювати два розрахунки. Перший з них – розрахунок «класичного» *NPV* (чиста теперішня вартість) інноваційного проекту, з урахуванням того, що для всіх величин, які застосовуються у розрахунку *NPV*, використовують їхні «очікувані значення» (тема 3).

Другий підхід – розгляд при обґрунтуванні інноваційного рішення «втраченої вигоди». Цей підхід обумовлений тим, що компанія могла не здійснювати масштабні та тривалі у часі *R&D* і не витрачати ресурси на освоєння інноваційного товару, що давало би їй змогу отримувати упродовж цього часу додатковий обсяг чистого прибутку. Безперечно, це не забезпечило би підприємству можливості вивести на ринок інноваційний товар, однак його місце могла б зайняти лише незначно модифікована модель наявної продуктової лінійки. Здатність проекту компенсувати «втрачену вигоду» проявлятиметься у тому, що «надприбутки» від інноваційного товару за «завищеною» ціною протягом перших років (місяців) його продажу покриватимуть витрати на *R&D* та освоєння у виробництві цього товару.

Контрольні питання:

1. Із чим пов’язують суть інвестиційного забезпечення інноваційного розвитку підприємства? Обґрунтуйте свою точку зору.
2. Назвіть елементи механізму фінансування інноваційного розвитку підприємства.
3. Назвіть відомі Вам підходи до оцінки інвестиційної привабливості підприємства.
4. Назвіть відомі Вам міжнародні організації, які оцінюють економічний та соціальний розвиток країн.
5. Назвіть відомі Вам рейтингові агентства, які оцінюють економічний та соціальний розвиток країн.

Тестові завдання:

1. До міжнародних організацій, які оцінюють економічний та соціальний розвиток країн належать:

а) Інститут розвитку менеджменту (IMD); Інститут Като; Дослідний центр Brookings Institution;

б) Всесвітній економічний форум;

в) Moody’s;

г) Standard & Poor’s.

2. Компанія *Moody’s* належить до числа:

а) рейтингових агенств;

б) міжнародних організацій, які визначають рейтинг країни;

в) міжнародних фондів;

г) державних структур.

3. Компанія *Standard & Poor's* належить до числа:
а) рейтингових агенств;
б) міжнародних організацій, які визначають рейтинг країни;
в) міжнародних фондів;
г) державних структур.

4. *R&D* це:
а) дослідження і розробки;
б) процес фінансування інвестицій;
в) витрати на впровадження інвестицій;
г) реалізація інноваційних товарів.

5. Ануїтет це:
а) відношення прибутку до собівартості;
б) послідовність грошових платежів (виплат або надходжень) через однакові проміжки часу;
в) відношення виручки від реалізації до собівартості реалізованої продукції;
г) це сума всього потоку платежів суб'єкта господарювання.

Література: 10, 28, 36, 41, 47-50, 62, 66, 68, 79, 81-85.

Тема 13. РИЗИКИ В ІННОВАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ТА УПРАВЛІННЯ НИМИ

13.1 Ризики у діяльності суб'єктів господарювання
13.2. Оцінка чинників і наслідків ризиків

13.1 Ризики у діяльності суб'єктів господарювання

Здійснення будь-якого виду підприємницької діяльності пов'язане з ризиком, який називають господарським або підприємницьким.

Підприємницький ризик розглядають як можливість відхилення від цілі, для досягнення якої було прийняте господарське рішення. В окремих випадках – як небезпека потенційної, вірогідної втрати ресурсів або недоотримання доходів у порівнянні із варіантом, розрахованим на раціональне використання ресурсів. Тобто в даному аспекті *ризик* – можливість, вірогідність відхилення від мети, результату, для яких і приймалося рішення, на що був націлений бізнес-проект.

Господарський ризик – ризик, який виникає за будь-яких видів діяльності, пов'язаних з виробництвом продукції, товарів, послуг, їх реалізацією, товарно-грошовими і фінансовими операціями, реалізацією соціально-економічних, науково-технічних проектів.

В ряді наукових видань категорія «ризик» розглядається як історична, економічна категорія, а також як об'єктивна і суб'єктивна.

Ризик як історична категорія – усвідомлена людиною можлива небезпека. Історично ризик пов'язаний із усім ходом суспільного розвитку.

Ризик як економічна категорія – подія, що може відбутися чи не відбутися та мати один із можливих економічних результатів: негативний (програш, збиток), нульовий, позитивний (виграш, вигода, прибуток).

Ризик як об'єктивна категорія. Ризик супроводжує практично всі види господарських операцій, існує незалежно від волі і свідомості людини, ігнорування чи сприйняття особою його наявності.

Ризик як суб'єктивна категорія. Внаслідок відмінності психологічних, етичних, ціннісних принципів і настанов, має місце різне сприйняття людьми однієї і тієї самої величини ризику.

Риси, притаманні ризику:

- *економічна природа* – ризик проявляється на всіх етапах підприємницької діяльності, незалежно від її сфери; він прямо пов'язаний із доходністю та економічними втратами у процесі господарювання*;*
- *альтернативність* – передбачає необхідність вибору двох або кількох можливих варіантів рішень;
- *невизначеність результатів* очікуваний рівень ризику може коливатися в певному діапазоні, і його наслідком можуть бути як негативні, так і позитивні результати;
- *коливання рівня ризику* – ступінь господарського ризику істотно варіює під впливом фактору часу, численних об'єктивних і суб'єктивних факторів, які перебувають у постійній динаміці;
- *постійність* – повне усунення ризику неможливе внаслідок об'єктивно-суб'єктивної природи даної категорії, динамічності ступеня ризику тощо.

Джерела виникнення ризику:

- *об'єктивні*: зростання інфляції; конкуренція; політичні, економічні кризи; екологія і т. ін.;
- *суб'єктивні:* організація праці; рівень продуктивності праці; кваліфікація менеджера і т. ін.

Об'єкт ризику – діяльність виробничих підприємств, фірм усіх форм власності, банків, інвестиційних фондів та ін. Тобто це керована економічна система будь-якого рівня економічного управління, ефективність і умови функціонування якої наперед невідомі.

Суб'єкт ризику – менеджер, керівник, тобто особа, яка приймає рішення. Від того, наскільки господарське рішення є обґрунтованим і наскільки воно приймається, залежить ступінь ризику на підприємстві.

Функції ризику:

- *інноваційна* – пошук нетрадиційних шляхів вирішення економічних проблем;
- *регулятивна* – регулює ступінь схильності суб'єкта до ризику. З одного боку, потрібним є сміливе швидке прийняття рішення, з другого – рішення може бути необґрунтованим, незваженим. Тому потрібним є пошук компромісу: 70:30 або 30:70.;
- *захисна* – ризик – не тільки природний стан для особи, що приймає рішення, а й терпеливе ставлення до невдач;

- *аналітична* – існування ризику передбачає необхідність обрати один з можливих варіантів рішень, найбільш прибутковий і найменш ризикований.

Основним завданням підприємця є не відмова від ризику взагалі, а обрання рішення, пов'язаного з ризиком на основі об'єктивних критеріїв, а саме: до якої межі може діяти підприємство ідучи на ризик.

Теорії підприємницьких ризиків:

- *класична* (*Дж. Мілль, Ф.Х. Найт*) – підприємницький ризик розглядався або як отримання можливого доходу внаслідок прийнятого рішення, або як отримання збитків внаслідок реалізації невдалого рішення. Представники теорії розуміли підприємницький ризик як можливі негативні наслідки внаслідок певних економічних дій суб'єкта господарювання.
- *неокласична* (*А. Маршалл*, *А. Пігу*, *Дж. М. Кейнс*). На думку представників течії, прийняття економічних рішень з питань отримання певної величини прибутку за умов невизначеності, повинно враховувати як величину очікуваного прибутку, так і величину його можливих коливань.

Поведінка підприємця в таких умовах визначається граничною корисністю, тобто потрібно обрати варіант інвестування коштів з найменшими коливаннями.

Представники напрямку вважали що дійсний прибуток буде мати більшу корисність, ніж прибуток очікуваної величини, пов'язаний з можливими коливаннями.

Основними *критеріями визначення факторів підприємницького ризику* є: джерело виникнення (зовнішні, внутрішні); ступінь впливу (фактори прямої та непрямої дії).

Зовнішні фактори представлені факторами прямої і непрямої дії. *Фактори прямої дії* безпосередньо впливають на результати підприємницької діяльності та рівень ризику. До їх числа належать: законотворча діяльність держави з регулювання господарської діяльності підприємств, податкова система, відносини з партнерами, конкуренція тощо.

Фактори непрямої дії – не впливають безпосередньо на дані процеси, але зумовлюють їх зміну. До їх числа належать: політична ситуація, науково-технічний прогрес, економічна ситуація в країні, галузі, ринкова кон'юнктура, міжнародні події тощо.

Внутрішні фактори представлені: станом техніко-технологічної бази виробництва та характером інноваційних процесів в підприємстві; рівнем організації виробничого процесу; стратегією розвитку, тактичним і оперативним плануванням; забезпеченістю ресурсами та ефективністю їх використання; якістю та конкурентоспроможністю продукції, що виробляється підприємством; системою мотивації до праці, оплати праці, рівнем прибутковості підприємства.

Причини виникнення ризику:

- постановка помилкової мети, що може бути зумовлено невизначеністю ситуації;
- обмеженість ресурсів;
- зіткнення інтересів учасників прийняття підприємницьких рішень та виконавців цих рішень;
- недостатня кваліфікація персоналу, схильність до суб'єктивізму;
- протидія партнерів;
- форс-мажорні обставини;
- недотримання договірної дисципліни (затримка постачань, розрив контрактів);
- низька якість виконання робіт, надання послуг тощо.

При характеристиці підприємницького ризику, розрізняють:

- *витрати* – з ними пов'язують будь-яку підприємницьку діяльність.
- *збитки* – мають місце при неблагоприємних обставинах, прорахунках, коли потрібні додаткові витрати, або величина виручки є меншою;
- *втрати* – недоотриманий дохід або перевитрати ресурсів у порівнянні із запланованими.

Класифікація ризиків може бути здійснена за різними ознаками:

- *За рівнем виникнення:*

- ризики мікрорівня – виникають на підприємстві або у приватних осіб;
- ризики галузевого походження – виникають у групі підприємств однієї галузі та чинять вплив на всю галузь;
- ризики міжгалузевого походження – виникають через наявність взаємовпливу та взаємозалежності окремих галузей і сфер економічної діяльності;

- регіональні ризики – виникають через наявність специфіки розвитку й управління окремими регіонами всередині країни;

- державні ризики – виникають на макрорівні та впливають на всіх суб'єктів господарювання даної країни;

- глобальні (міжнародні, всесвітні) – виникають в економіці кількох країн чи світового співтовариства в цілому, впливаючи при цьому на діяльність суб'єктів господарювання.

- *За часом впливу ризику:*

- довгострокові ризики, пов'язані із стратегічним впливом;
- короткострокові (кон'юнктурні) ризики.

- *За сферою діяльності виробника:*

- виробничий;
- банківський;
- інвестиційний;
- фінансовий;
- страховий;
- ризик податкової політики ін.

- *За систематичністю прояву:*

- систематичні;
- несистематичні.

- *За сферою виникнення:*

- зовнішні ризики – ризики, безпосередньо пов'язані з діяльністю виробників, їх клієнтів і контрактів;

- внутрішні ризики – виникають у результаті конкретних дій цих же виробників.

- *За джерелом виникнення:*

- ризик, пов'язаний із господарською діяльністю;
- ризик, пов'язаний з особою підприємця;
- ризик, пов'язаний з нестачею інформації про стан зовнішнього середовища.

- *За відповідністю допустимим межам:*

- допустимі ризики – припускають рівень ризику в межах його середнього рівня,

- критичні ризики – ризики припускають рівень, вищий за середній.

- катастрофічні ризики – ризики, що перевищують верхню (максимальну) межу ризику, сформовану в даній економічній системі.

Інноваційний ризик - це міра можливих збитків, які можуть виникнути у разі вкладення підприємницькою фірмою коштів у

виробництво нових товарів, технологій, послуг, що не відразу сприймаються ринком або не знаходять свого споживача взагалі.

До таких особливостей реалізації інноваційних проектів варто віднести:

- розтягненість інноваційних проектів в часі (для окремих проектів проектний цикл може тривати роки);

- досить часто до реалізації інноваційних проектів залучають велику кількість учасників (кредитори, інвестори, замовники, консультанти, проектувальники, страхувальники тощо);

- інноваційні проекти часто мають комплексний характер, тобто є комбінацією «простіших» форм господарської діяльності (наукової, технічної, фінансово-кредитної, страхової тощо);

- інноваційні проекти можуть мати також інтернаціональний характер, унаслідок чого можуть виникати інноваційні ризики щодо різних країн та політик [29, С. 85].

Ці положення можуть зумовлювати виникнення ризиків в інноваційній сфері.

Ризики інноваційної діяльності можна розглядати у двох аспектах. По-перше – як можливість виникнення загроз для підприємства; по-друге – як наслідки, яких ці загрози можуть завдати. Найбільш небезпечними для підприємств можна вважати ті загрози, які можуть мати сильний потенційний вплив на результати інноваційної діяльності та одночасно існує досить висока ймовірність їх настання. Істотною загрозою для підприємств можуть бути також події, ймовірність настання яких є порівняно невеликою, однак у випадку їх виникнення вони можуть завдати серйозних негативних наслідків для підприємства. Останні значно менше уваги можуть звертати на ті загрози, наслідки яких не є істотними, а ризик їх виникнення – невеликий.

13.2. Оцінка чинників і наслідків ризиків

Основним елементом процесу управління ризиком інноваційної діяльності є визначення методу оцінювання економічного ризику. Існують такі основні методи оцінювання інноваційного ризику:

1. Статистичний метод оцінювання ризику полягає у вивчені статистики втрат (негативних наслідків реалізації рішень), які мали місце в аналогічних видах підприємницької діяльності. При цьому можуть використовуватись різні способи оцінювання, в тому числі і

дисперсійний аналіз. Основним показником, який розраховується на підставі статистичного методу, є частота втрат, пов'язаних із певним видом діяльності [23].

2. Метод доцільності затрат, орієнтований на ідентифікацію потенційних зон ризику по проекту [23]. Узагальненим фактором ризику тут вважається перевитрата коштів порівняно із запланованим обсягом. При цьому перевитрати по проекту можуть бути викликані одним із чотирьох факторів або їх комбінації:

1) первісна недооцінка вартості проекту;

2) зміна меж проектування;

3) зміни в продуктивності;

4) збільшення первісної вартості проекту.

Врахування таких факторів дозволяє, після розбивки інвестиційного процесу на окремі стадії, оцінити зону ризику, в яку потрапляє проект на кожній стадії і таким чином захистити інвестора від критичного та катастрофічного ризиків, оскільки на кожній стадії інвестор може прийняти рішення про припинення асигнувань по проекту.

3. При досліджені складних систем, до яких входять і фінансові системи, виникають проблеми, які виходять за межі формальних математичних поставок завдань. Тому дуже часто для оцінювання ризику використовують метод експертного оцінювання. Основна ідея цього методу полягає у використанні інтелекту людей та їх здатності знаходити рішення. Методика проведення експертного оцінювання:

1) формування мети оцінювання;

2) постановка завдання;

3) створення групи управління процесом оцінювання;

4) опис форми отримання необхідних результатів;

5) підбір експертів та визначення їх компетентності. Підбір експертів повинен здійснюватися таким чином, щоб фахівці, які увійшли в групу, по-перше, були обізнані в специфіці роботи підприємства (об'єкта рішень); по-друге, не були б зацікавленні в результатах оцінювання. Тому, як правило, до групи експертів включають 2–3 фахівців підприємства і 2–3 зовнішніх експерта.

Компетентність експертів об'єктивно визначається ступенем їхньої кваліфікації у певній області знань, шляхом аналізу професійної, наукової та іншої діяльності.

Суб'єктивний метод оцінювання компетентності полягає у взаємному оцінюванні кожним експертом кваліфікації своїх колег і

своєї кваліфікації за певною шкалою. Після оброблення результатів опитування встановлюється компетентність експертної групи, яка визначає можливу похибку оцінювання;

6) складання анкет опитування;

7) вибір методу отримання інформації;

8) безпосереднє опитування експертів;

9) оброблення результатів і складання звіту для прийняття рішення [53].

4. В основі аналітичного методу лежить класичне правило ринкової економіки про те, що більший ризик пов'язаний з більшим доходом, тому застосування будь-якого методу з аналітичних менеджер зводить до оцінювання приросту доходу проекту і приросту ризику проекту, тобто граничної корисності.

5. Для аналізу ризику, яким може бути обтяжений проект, може стати в пригоді інформація про вплив факторів ризику подібних за сутністю проектів, виконаних раніше. Для цього створюється інформаційна база і на підставі її дослідження роблять узагальнення і приймають рішення щодо проекту. Недоліком цього методу є його описовий характер, а також те, що з часом влив факторів ризику навіть на подібні проекти може змінитися, так само може змінитись і сам «набір» факторів ризику.

Узагальнення літературних джерел [11] дає змогу виділити такі етапи управління ризиками інноваційної діяльності підприємств:

- виявлення можливих інноваційних ризиків;
- визначення ймовірності виникнення кожного такого ризику;
- оцінка наслідків ризику;
- визначення способів реагування на виявлені та оцінені ризики.

Ідентифікація ризиків реалізації інноваційного проекту полягає в усвідомленні того, які події можуть мати негативний вплив на проект, тобто визначення потенційних джерел інноваційного ризику. Перелік таких негативних подій повинен бути вичерпним, тобто має охоплювати усі потенційні ризикові події, які можуть настати, незалежно від наслідків цих подій чи від їх ймовірності настання. Такий перелік потрібно уточнювати протягом усього періоду реалізації інноваційного проекту. На першому етапі управління ризиками інноваційної діяльності важливо виділити види інноваційних ризиків залежно від наслідків, які вони можуть мати для підприємства-інноватора у процесі безпосередньої реалізації інноваційного проекту.

Зокрема, істотний вплив на інноваційні проекти підприємства можуть чинити так звані ризики мікросередовища, до яких належать:

- організаційні ризики (неефективна стратегія інноваційної діяльності підприємства; погана організація підрозділів, які займаються інноваційними розробками; неефективно побудовані канали поширення інформації в процесі інноваційної діяльності; можливі конфлікти в процесі реалізації інноваційних розробок; невдало підібрані стилі керівництва та форми влади і т. ін.);
- маркетингові ризики (неефективний підбір відповідних маркетингових стратегій впровадження інновацій і т. ін.);
- продуктові ризики (неефективний підбір відповідних технологій, постачальників ресурсів, підрядників, неякісно організована система управління запасами і т. ін.);
- фінансові ризики (брак необхідних для реалізації інноваційних проектів коштів, погіршення фінансового стану підприємства, складність одержання зовнішніх позик для фінансування інноваційних проектів і т. ін.);
- ризики управління персоналом (неспроможність штатних працівників підприємства самостійно реалізувати інноваційний проект, плинність кадрів, неефективна система мотивування працівників, які задіяні у процесі інноваційної діяльності і т. ін.).

Середній за наслідками вплив на реалізацію інноваційних проектів можуть мати так звані ринкові ризики, до яких належать: складність прогнозування кон'юнктури у тій чи іншій сфері діяльності, зростання рівня конкуренції, існування різноманітних бар'єрів входження на ринок з інноваційними продуктами тощо.

Ризики макросередовища найменше впливають за наслідками на реалізацію інноваційних проектів. До них доцільно віднести складність прогнозування кон'юнктури на загальнодержавному та світовому рівнях, зміну валютних курсів, відсоткових ставок, принципів оподаткування, митних правил, а також політичні обставини, зміни смаків та вподобань споживачів, зниження їх рівня купівельної спроможності тощо.

Важливою є також класифікація ризиків інноваційної діяльності залежно від спроможності інноваційного продукту виконати ті завдання, які поставило перед ним підприємство-розробник.

За цією ознакою пропонуємо виділяти три види ризиків: техніко-продуктові; ринкові; економічні. В основу *техніко-продуктових ризиків* покладено ймовірність того, що інноваційний продукт (товар,

послуга, технологія тощо) не виконає тих технологічних завдань, які перед ним поставлені (не будуть дотримані різноманітні норми, його якість буде значно нижчою, ніж запланована, рівень продуктивності буде також нижчим тощо), не пройде апробації на ринку (не завдасть істотних фінансових втрат підприємству (коли його продаж не забезпечить очікуваний рівень рентабельності продажу).

Найістотнішими слід вважати ринкові та економічні ризики, оскільки, якими б інноваційними не були нові розроблення, про їх успішність можна говорити лише тоді, коли вони принесуть економічну вигоду підприємству у вигляді прибутковості та через здобуття стабільної ринкової ніші, а також посилення конкурентних ринкових позицій.

Наступним кроком після виявлення усіх можливих ризиків реалізації інноваційного проекту є кількісне вираження ймовірності виникнення кожного такого ризику та оцінка його впливу на реалізацію інноваційного проекту. Через те, що кількісне вираження ймовірності здійснюють досить часто в умовах обмеженого доступу до повної та об'єктивної інформації, а також через те, що на неї істотно впливає суб'єктивний чинник експертів, доцільно їх розуміти не як абсолютно істинні розрахунки можливих втрат, а лише як підставу для поділу інноваційних ризиків на істотні (тобто такі, на які варто звертати увагу та застосовувати відповідні засоби реагування) та неістотні (такі, які можна проігнорувати або не вживати щодо них жодних засобів реагування).

На цьому етапі можна використовувати, насамперед, власний досвід щодо аналогічних подій у минулому у сфері реалізації подібних інноваційних проектів. Також можливим є застосування експертного методу, залучення зовнішніх консультантів, а також побудова різноманітних моделей, їх розробка та апробація у реальних чи віртуальних умовах. Досить поширеними у сфері кількісної оцінки ймовірності виникнення ризиків, а також оцінки наслідків їх впливу на результати реалізації інноваційних проектів є статистичні та математичні методи, а також різноманітні програмні продукти аналізу ринку (метод *Monte Carlo*, аналіз сценаріїв тощо).

Головним завданням оцінки ризику є його кількісне представлення у так званій монетарній вартості, яка є функцією двох змінних: ймовірності виникнення ризику та його наслідків у вигляді втрат, які можуть виникнути, коли ризикова подія настане. Такі розрахунки стають вихідною базою для віднесення кожного

інноваційного ризику до відповідного виду, а також для застосування різноманітних способів уникнення чи запобігання таким ризикам. Важливим елементом процесу управління ризиком інноваційної діяльності є визначення способів реагування на виявлені та оцінені ризики.

У теорії та практиці найбільш поширеними методами реагування на ризики є:

- уникнення інноваційних ризиків, найчастіше через усунення причини таких ризиків (наприклад, придбання прав власності на готові інноваційні розробки, залучення до реалізації інноваційного проекту кваліфікованого підрядника тощо);

- прийняття інноваційних ризиків, яке може бути як пасивним (коли свідомо приймаються ті ризики, який мають низький рівень негативного впливу на реалізацію інноваційного проекту), так і активним (коли розробляється план дій у випадку настання ризиків, що загрожують інноваційному проекту);

- оптимізація (зниження) ступеня інноваційних ризиків (наприклад, через створення відповідних резервів, страхування ризиків тощо).

Найважливішим елементом аналізу інноваційного ризику є усвідомлення усіма учасниками інноваційної діяльності того, що дійсно ризиковою поведінкою підприємства є не реалізація інноваційних проектів, а відмова від їх здійснення, що призведе у майбутній перспективі до погіршення конкурентоспроможності підприємства та втрати ринкових позицій. Тому інноваційною діяльністю потрібно займатися і водночас приділяти належну увагу ризикам такої діяльності.

Зниження ризику – це основна умова для ведення успішного підприємництва, в тому числі, і для ефективного управління інноваційними проектами.

Застосовуються різні способи для *зниження ризику* на практиці. Найпоширенішим способом вважається його розподіл між усіма учасниками інноваційного проекту. Він відбувається на етапі розробки фінансового плану, коли приймається рішення про кількість інвесторів, що будуть приймати участь у проекті. Для досягнення максимально вигідного результату кожен із учасників повинен проявляти певну гнучкість під час проведення переговорів.

Щоб знизити ризик, підприємства, які реалізують великі і складні проекти, часто здійснюють його страхування. Значно знижуючи свої

ризики, компанії передають їх частину страховим компаніям. Таким чином, у разі збільшення вартості робіт або затримки під час реалізації товару, підприємство страхує себе від значних збитків.

Зниження ризику може відбуватися шляхом резервування грошових коштів на випадок непередбачених витрат. Для цього фахівці повинні точно вирахувати відношення між можливими ризиками, що можуть вплинути на вартість роботи і їх елементами. У такому випадку перевитрата грошових коштів знижується до мінімуму [80].

Контрольні питання:

1. Визначте суть поняття «ризик», риси, які йому притаманні.
2. Назвіть і охарактеризуйте джерела виникнення ризику, його функції.
3. Назвіть і охарактеризуйте методи оцінювання інноваційного ризику.
4. Визначте етапи управління ризиками інноваційної діяльності підприємств.
5. Визначте і охарактеризуйте методи реагування на ризики.

Література: 11, 23, 29, 53, 80.

Тема 14. ОХОРОНА ПРАВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ ЯК СКЛАДОВА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

14.1. Охорона прав інтелектуальної власності на міжнародному рівні

14.2. Національна система охорони інтелектуальної власності

14.1. Охорона прав інтелектуальної власності на міжнародному рівні

Формування сучасної системи охорони та захисту інтелектуальної власності пройшло тривалу еволюцію:

Зародження основ патентної охорони результатів творчої діяльності пов'язано із періодом XIV-XVIII ст. У 1474 р. у Венеціанській республіці вперше було прийнято Положення про привілеї, що надавалися окремим особам, які здійснювали або використовували прибуткові новації, певні виключні права. Відповідно до цього Положення вони набували переваги звільнення від податків, на монополію використання нововведень тощо.

В Англії у XII-XV ст. привілеї надавались королівською владою і були спрямовані на стимулювання нових високотехнологічних виробництв, що сприяло перемозі промислової революції. У 1623 р. у цій країні був прийнятий «Статут про монополію», який проголосив виключне і незалежне від волі короля право кожного, хто створив і застосував технічну новацію, на монопольне користування її вигодами протягом 14 років.

У Росії у 1723 р. було затверджено «Правила видачі привілеїв на створення фабрик», а у 1812 р. – закон «Про привілеї на різні винаходи і відкриття у художніх ремеслах», який регламентував видачі привілеїв на власні та імпортовані винаходи терміном на 3,5 і 10 років.

У XVIII ст. система охорони прав інтелектуальної власності у формі привілеїв почала поступово втрачати своє значення, їй на зміну прийшла *патентна система.* Перший патентний закон було прийнято у США у 1790 р. Згідно з цим законом держава гарантувала захист прав творців шляхом видачі спеціального охоронного документу – патенту. З цією метою запроваджувалась державна реєстрація винаходів, попередня експертиза заявок та ін.

Перші фіксовані відомості щодо охорони та захисту авторського права датовані XVIII ст. Так, прийнятий у 1710 р. Статут королеви Великої Британії та Ірландії Анни Стюарт проголошував твір власністю автора і надавав останньому виключне право на перевидання твору на термін 12, 21, 28 років. Порушення виключних прав автора твору каралося штрафом та знищенням неправомірно надрукованих екземплярів. Висувалась також вимога обов'язкової реєстрації творів у компаніях книговидавців.

Перші нормативні акти щодо державної охорони засобів індивідуалізації товарів і послуг, зокрема товарних знаків, були прийняті у другій половині XIX ст. (у США – у 1881 р., у Великобританії – у 1883 р., У Франції – 1857 р., Німеччині – 1884 р.).

У XIX-XX ст. інститути патентного, авторського та суміжних прав збагатились новими правилами і нормами на основі розвитку та урізноманітнення об'єктів інтелектуальної власності, ускладнення та диференціації відносин між суб'єктами світової інформаційної мережі, становлення глобального ринку інтелектуальної продукції тощо.

Найважливішим механізмом захисту інтелектуальної власності за сучасних умов є *патентна система*, покликана забезпечити баланс інтересів суспільства і творців таких об'єктів промислової власності, як винаходи, корисні моделі, промислові зразки тощо.

В основі патентної системи лежить *патентне право* – сукупність правових норм, що регламентують систему охорони об'єктів промислової власності шляхом видачі патентів.

Патентне право характеризується територіальним принципом охорони, згідно з яким патент видається відповідно до національного законодавства і всі пов'язані з ним права географічно обмежені кордонами країн чи регіону; видачою патентними органами відповідно до передбаченої законом процедури спеціального охоронного документа, який діє протягом певного терміну, по закінченню якого об'єкт інтелектуальної власності, як правило, переходить у суспільну власність.

У країнах світу спостерігається тенденція до постійного зростання кількості патентних заявок. Відтак патентний захист перетворюється на стратегічну мету як окремих компаній, так і держави у цілому. Серед країн світу лідерами у сфері патентування є США, Західна Європа, Японія. Так, на Японію і Німеччину нині припадає більше 60,0 % виданих у світі патентів. Водночас значення патентного захисту є різним для різних галузей промисловості. Так,

патентний захист відіграє важливу роль у фармацевтичній галузі, однак в електронній промисловості, де життєвий цикл продукції є відносно коротким, більш поширеним є засекречення інформації.

Американські фахівці зазначають, що в США провідні компанії намагаються отримати патенти з метою блокування конкуренції; отримання роялті; зміцнення свого становища лідерів; здійснення перехресного ліцензування; активного просування своїх товарів на ринок. За цих умов патентування виконує дві основні функції: оборонну, спрямовану на захист від конкурентів завойованих сегментів ринку; агресивну, спрямовану на завоювання нових сегментів ринку.

Інформація про Національні патентні відомства Міжнародних організацій, Європейського союзу, країн колишнього СРСР та України, інформація щодо процедури отримання міжнародного патенту представлена на ряді інформаційних ресурсів [86]. Як правило, питання отримання патенту розглядається на національному рівні, а потім, за умов необхідності – на рівні регіональних патентних організацій – Євразійської патентної організації, Євразійського патентного відомства і т. ін.

Так, *для отримання національного патенту* України на *винахід* потрібно пройти наступні етапи.

1. Проведення патентного дослідження

Патентний пошук – це попередня перевірка відповідності заявленого об’єкта критеріям для отримання патенту з метою визначення новизни технічного рішення. Дослідження рівня техніки дозволять зробити попередні висновки про патентоздатність об’єкта і доцільність його подальшого патентування, формах його захисту (патент на винахід або патент на корисну модель), істотно знизивши фінансові ризики, пов’язані з веденням діловодства за заявкою, об’єкт якої не є патентоздатним.

Під час складання тексту заявки при дослідженні рівня техніки використовується найближчий аналог (об’єкт, найбільш близький за сукупністю суттєвих ознак до об’єкта патентування). Зокрема, зазначений найближчий аналог:

- розкривається у розділі опису «Рівень техніки» із зазначенням та обґрунтуванням причин, які перешкоджають за його використання отриманню очікуваного технічного результату, для чого необхідним є аналіз технічних властивостей зазначеного аналога, обґрунтованих сукупністю властивих йому істотних ознак;

- використовується при складанні незалежного пункту (незалежних пунктів) формули об’єкта патентування, зокрема для поділу зазначеного пункту (пунктів) на обмежувальну і відмінну частини (частини, що описують суттєві ознаки об’єкта патентування, збігаються з суттєвими ознаками найближчого аналога і відмінні від них, відповідно).

2. Оформлення і подача заявки

Оформлення і подача заявки здійснюється протягом 10-15 робочих днів після отримання інструкцій з усіма необхідними матеріалами (даними про автора і заявника, опис винаходу, формула, креслення, якщо на них є посилання в описі, і реферат).

Після подачі заявки протягом 1-3 робочих днів Замовник отримує копії поданих матеріалів з відміткою відомства про подачу матеріалів заявки.

3. Формальна експертиза заявки

Після подачі заявка проходить формальну експертизу, яка може тривати від 2 до 4 місяців. У ході проведення формальної експертизи перевіряється відповідність заявки формальним вимогам, а саме на наявність у заявці повного комплекту необхідних документів і правильність їх оформлення, а також можливість надання правового захисту заявленому об’єкту.

За відповідності матеріалів заявки вимогам Патентного відомства заявнику надсилається повідомлення про завершення формальної експертизи та можливість проведення кваліфікаційної експертизи.

4. Кваліфікаційна експертиза

Кваліфікаційна експертиза проводиться Патентним відомством тільки після отримання клопотання про її проведення та сплати відповідного збору. Клопотання про проведення експертизи по суті має бути поданим протягом 3 років від дати подання заявки. Під час проведення кваліфікаційної експертизи перевіряється відповідність заявленого винаходу умовам патентоздатності (новизні, винахідницькому рівню, промисловій придатності).

У ході проведення кваліфікаційної експертизи Патентне відомство може направляти заявнику запити про надання додаткових матеріалів. Від своєчасності і повноти відповідей на запити експертизи залежить те, як скоро рішення про видачу патенту буде прийняте.

5. Державна реєстрація та видача патенту

Якщо винахід відповідає умовам патентоздатності та Патентне відомство ухвалює рішення про видачу патенту, то мито за видачу та

збір за публікацію патенту повинні бути сплачені протягом 3 місяців від дати одержання заявником цього рішення.

На підставі цього рішення і надання в Відомство клопотання і документів, що підтверджують сплату встановленого мита за видачу і збору за публікацію, здійснюється державна реєстрація патенту. Після чого протягом 1 місяця присвоюється номер патенту і публікуються відомості про його видачу. Оригінал патенту видається протягом 1-2 місяців після публікації.

Таким чином, процедура патентування винаходу в Україні може тривати *від 3 до 5 років.* Тривалість патентування за прискореною процедурою становить *1 рік.*

6. Підтримка патенту в силі (сплата щорічних зборів)

Правовий захист винаходу настає з моменту отримання патенту на винахід. Однак, такий захист не є безстроковим. Термін дії патенту на винахід в Україні становить *20 років* від дати подання заявки. Для підтримки патенту в силі необхідно сплачувати щорічні збори.

Патент, отриманий в Україні, надає патентний захист лише на території України. Головними передумовами отримання правової охорони (патентування) за кордоном є:

- забезпечення промислового експорту, тобто охорона експорту при вивезенні вітчизняних промислових товарів, постачання обладнання за кордон, будівництво підприємств на основі української документації та за технічної підтримки з боку українських організацій;
- забезпечення найкращих умов продажу ліцензій іноземним компаніям на право використання вітчизняних винаходів;
- створення спільного підприємства за кордоном, у якому в якості вкладу з українського боку будуть внесені права на винаходи та інші досягнення;
- науково-технічне співробітництво з іноземною компанією, результатом якого є самостійні і спільні розробки.

За даних умов потрібно отримати патент у країні або групі країн, які цікавлять.

Захист прав інтелектуальної власності за кордоном може здійснюватися як за допомогою подання національних та/або регіональних заявок до патентного відомства кожної обраної країни/країн, так і шляхом попереднього подання міжнародної заявки з подальшим вступом у національні та/або регіональні фази будь-якої країни та/або регіону, які підписали Договір про патентну кооперацію *(Patent Cooperation Treaty)*, що спрощує і робить більш економічним

здійснення охорони винаходу, якщо таку охорону запитують у декількох країнах/регіонах.

Регіональний Патент ЄАПО (Євразійська патентна організація). Отримання патенту ЄАПО є доцільним, якщо Ви бажаєте отримати патентний захист на території декількох країн СНД, оскільки євразійський патент надає правовий захист винаходу одночасно в 8 країнах колишнього СРСР (Азербайджан, Білорусь, Вірменія, Казахстан, Киргизстан, Росія, Таджикистан, Туркменістан).

Регіональний Патент ЄПВ (Європейське патентне відомство). Заявка подається до Європейського патентного відомства (ЄПВ) однією з офіційних мов ЄПВ (англійською, французькою, німецькою) із зазначенням країн, у яких запитується патентний захист (Перелік Країн ЄПВ).

Від дати опублікування європейський патент надає власникові патенту ті самі права, які гарантуються національним патентом, в тих країнах, які були обрані ним при поданні європейської заявки. Проте отримання європейського патенту не означає апріорі, що він діє на території всіх європейських держав. Для отримання патентного захисту необхідно протягом 3-х місяців з дати публікації рішення про видачу європейського патенту провести національні валідації (процес підтвердження відповідності) в обраних національних патентних відомствах.

У процесі валідації виникає необхідність призначення національних професійних представників у кожній з обраних країн та необхідність перекладу матеріалів заявки національною мовою обраних країн, сплати офіційних мит за валідацію. Така процедура покладає значне фінансове навантаження на заявника. Так, наприклад, валідація в п’ятьох країнах з наданням національних перекладів тягне за собою витрати від 5000 євро.

При цьому слід звернути увагу на додаткові можливості щодо економії коштів на переклад матеріалів заявки, сплати послуг іноземних патентних повірених і сплати національних офіційних мит, які стали доступними завдяки укладанню Лондонської угоди, яка набула чинності з 1 травня 2008 р.

Так, відповідно до зазначеної Угоди:

- подання європейської заявки англійською мовою забезпечує автоматичну валідацію європейського патенту у Великобританії, Бельгії, Німеччині, Франції, Швейцарії, Ліхтенштейні, Люксембурзі та

Монако без необхідності надання національних перекладів і призначення місцевих патентних повірених;

- у разі подання заявки англійською мовою в таких країнах як Голландія, Швеція, Хорватія, Данія та Ісландія необхідно надавати переклад лише формули винаходу, і немає необхідності витрачати додаткові кошти на переклад опису;

- при валідації в Латвії та Словенії європейської заявки, поданої будь-якою офіційною мовою Європейського патентного відомства, необхідно надавати лише переклад формули винаходу.

За процедурою PCT (Patent Cooperation Treaty).

Заявка на патентування відповідно до Договору про патентну кооперацію (PCT) подається або до Патентного відомства України, а потім до Всесвітньої організації інтелектуальної власності (заявка із заявою пріоритету), або відразу до Всесвітньої організації інтелектуальної власності. При цьому слід зазначити, що результатом подання міжнародної заявки PCT не є отримання патенту. Подана і прийнята до розгляду PCT-заявка має силу поданої заявки у кожній з держав, що домовляються, які підписали Договір про патентну кооперацію (Перелік країн) і дозволяє заявнику уникнути додаткових витрат на підготовку матеріалів заявки на той самий винахід для подання в різних країнах та/або регіонах.

Крім того, однією з основних переваг подання PCT-заявки є збільшення терміну, протягом якого заявник може прийняти рішення про кількість країн та/або регіонів, у яких буде подаватися патентна заявка, до 31 місяця з дати пріоритету (при поданні прямої національної або регіональної заявки цей термін складає 12 місяців з дати пріоритету).

Процедура PCT передбачає також проведення міжнародного пошуку і можливість проведення міжнародної попередньої експертизи, що дозволяє заявнику оцінити доцільність переходу на національну та/або регіональну стадію патентування до того, як він повинен буде сплатити національні мита, які становлять значну частину витрат при патентуванні.

Безпосередня видача патентів здійснюється національними та/або регіональними відомствами обраних країн та/або регіонів. Тому для отримання правового захисту винаходу в конкретних обраних країнах та/або регіонах документи PCT-заявки подаються до національних та/або регіональних відомств цих країн/регіонів (документи можуть бути подані протягом 30-31 місяця від дати

пріоритету). Після чого обране відомство проводить експертизу і приймає рішення про видачу або відмову у видачі патенту.

Корисна модель. Згідно із Законом України «Про охорону прав на винаходи та корисні моделі», *корисна модель,* як і винахід, – це результат інтелектуальної діяльності людини в будь-якій сфері технології, а патент – це охоронний документ, що засвідчує пріоритет, авторство і право власності на корисну модель. Однак процедура одержання патенту на корисну модель, на відміну від винаходу, простіша та швидша, оскільки виключає проведення експертизи по суті та займає від 10 до 12 місяців.

До *об'єктів* корисної моделі належать:

- продукт (пристрій, речовина, штам мікроорганізму, культура клітин рослини та тварини);
- процес (спосіб) – дія патенту на корисну модель, виданого на спосіб одержання продукту, поширюється і на продукт, безпосередньо одержаний цим способом;
- нове застосування продукту або процесу.

Строк дії патенту на корисну модель становить *10 років* від дати подання заявки за умови щорічної сплати зборів за підтримку чинності патенту.

Умови патентоздатності корисної моделі:

- новизна – корисна модель вважається новою, якщо вона не є частиною рівня техніки;
- промислова застосовність – корисна модель вважається промислово застосовною, якщо вона може бути використана в промисловості або іншій сфері діяльності.

Інформація та документи.

Заявка на отримання патенту на корисну модель повинна стосуватися однієї корисної моделі, на відміну від заявки на винахід, яка може ставитися як до одного винаходу, так і до групи винаходів, пов'язаних єдиним винахідницьким задумом.

Заявка на одержання патенту на корисну модель має містити такі документи:

- заяву про видачу патенту на корисну модель;
- опис, формулу, креслення (якщо на них є посилання в описі), реферат;
- документ про сплату збору за подання заявки (може бути наданий протягом 2 місяців від дати подання заявки);

- довіреність у разі подання заявки через представника (може бути представлена протягом 2 місяців від дати подання заявки);
- у разі заявлення пріоритету, дані про пріоритетну заявку (можуть бути представлені протягом 3 місяців від дати подання заявки).

Етапи патентування корисної моделі

1. Попереднє патентне дослідження

Для оцінки доцільності патентування, а також виявлення й аналізу схожих об'єктів промислової власності, що можуть перешкоджати реєстрації об'єкта, проводиться попереднє патентне дослідження.

2. Оформлення та подання заявки

Оформлення та подання заявки здійснюється протягом 10-15 робочих днів. Датою подання заявки вважається дата одержання Патентним відомством матеріалів, що містять принаймні:

- заяву в довільній формі про видачу патенту на корисну модель, складену українською мовою;
- відомості про заявника;
- матеріали, що нагадують опис корисної моделі.

Після подання заявки протягом 1-3 робочих днів заявнику надсилають копії поданих матеріалів із позначкою відомства.

3. Формальна експертиза

Після встановлення дати подання заявки Патентне відомство проводить формальну експертизу, під час якої перевіряють наявність комплекту необхідних документів, правильність їхнього оформлення, а також з'ясовують, чи належить корисна модель до об'єктів, які можуть бути запатентовані.

У разі якщо матеріали заявки відповідають вимогам Патентного відомства, а корисна модель відповідає вимогам патентоздатності, приймається рішення про видачу патенту.

4. Державна реєстрація та видача патенту

Мито за видачу та збір за публікацію патенту мають бути сплачені протягом 3 місяців від дати одержання заявником рішення про видачу патенту. На підставі рішення про видачу та документа про сплату встановленого мита здійснюється державна реєстрація патенту. Оригінал патенту видається через 1 місяць після державної реєстрації.

Отримання охоронного документа (патентування) корисної моделі за кордоном (у обраній країні або групі країн) дозволить захистити свою інтелектуальну власність в цих країнах.

Захист прав інтелектуальної власності за кордоном може здійснюватися як за допомогою подання національних заявок до кожної обраної країни, так і шляхом подання міжнародної заявки із зазначенням декількох країн, з наступним отриманням патенту в зазначених країнах.

Безпосередня видача патентів здійснюється національними відомствами обраних країн, Європейським патентним Відомством і/або Євразійським патентним відомством. Тому для отримання правового захисту корисної моделі в конкретних вибраних країнах документи РСТ-заявки подаються до національних відомств цих країн (документи можуть бути подані протягом 30-31 місяця з дати пріоритету). Після чого відомство проводить експертизу і приймає рішення про видачу або відмову у видачі патенту.

Цікаво. Законодавче регулювання охорони корисних моделей було започатковано у Німеччині у 1892 р., коли Імперський суд ухвалив висновок щодо охорони технічних рішень, які є новими, але не мають достатнього винахідницького рівня. Слідом за Німеччиною охорону корисних моделей почали здійснювати Іспанія, Португалія, Китай, Польща (в межах загального законодавства про промислову власність), а також Данія, Італія, Японія (на основі спеціальних законів). Водночас законодавством окремих розвинутих країн (США, Канада, Велика Британія) охорона корисних моделей не регламентується.

Торгова марка. У чинному законі України «Про охорону прав на знак для товарів і послуг» використовується термін «знак для товарів і послуг». У свою чергу, в Цивільному Кодексі України використовується термін «*торгова марка*» – це позначення, за допомогою яких товари і послуги одних осіб відрізняються від товарів і послуг інших осіб.

Право власності на *торговельну марку* підтверджується *свідоцтвом,* яке є дійсним протягом 10 років і може бути подовжено щоразу на 10 років шляхом подачі відповідного клопотання.

Інформація та документи, необхідні для реєстрації :

1. зображення торгової марки;

2. дані заявника (П.І.Б., найменування, юридична адреса, код ОКПО для підприємства);

3. довіреність, підписана заявником та скріплена печаткою для юридичної особи (може бути надана протягом 2 місяців з дати подання заявки);

4. список товарів і послуг, щодо яких повинна бути зареєстрована торгова марка.

Етапи реєстрації торгової марки

1. Оформлення та подання заявки на реєстрацію торгової марки до Укрпатенту проводиться протягом 1-3 робочих днів після отримання замовлення.

2. Після подання заявки на реєстрацію торгової марки протягом 1-3 робочих днів замовник отримує копії поданих матеріалів з відміткою відомства про отримання матеріалів заявки.

Державний збір за подання заявки має бути сплачений протягом 2 місяців з дати подання. У разі несплати збору заявка на реєстрацію торгової марки вважається відкликаною.

3. Після сплати збору за подання заявки Укрпатент видає Повідомлення, яке підтверджує, що заявка на реєстрацію торгової марки прийнята до розгляду, із зазначенням дати подання заявки (після закінчення 2 місяців від дати подання). Даний документ можна пред'являти на вимогу контролюючих органів. Заявка на торгову марку публікується в офіційній онлайн базі даних.

4. Після отримання Повідомлення заявка проходить експертизу протягом 12-13 місяців.

5. За бажанням заявника після закінчення 6 місяців від дати подання заявки на реєстрацію і за умови сплати відповідного збору до Укрпатенту може бути подане клопотання про проведення прискореної експертизи заявки, термін проведення якої становить близько 6-8 тижнів. У разі якщо заявник бажає скористатися правом пріоритету на подання міжнародної заявки, прискорена експертиза може бути проведена до закінчення 6-місячного періоду.

6. За результатами проведеної експертизи Укрпатент виносить рішення щодо реєстрації торгової марки. При отриманні рішення про реєстрацію торгової марки мито за реєстрацію та видачу свідоцтва повинне бути сплачено протягом 3 місяців. У разі несплати мита заявка на реєстрацію торгової марки вважається відкликаною.

7. Після сплати мита за реєстрацію торгової марки протягом 2-3 місяців видається свідоцтво.

Процедура реєстрації торгової марки займає від 16 до 19 місяців. При проведенні прискореної експертизи після закінчення 6 місяців з дати подання заявки процедура реєстрації становить близько 12 місяців. При проведенні прискореної експертизи з моменту подання заявки (до закінчення 6 місяців) процедура реєстрації торгової марки становить близько 4-5 місяців.

Залежно від марки, що заявляється, до подання заявки рекомендується проведення інформаційного пошуку з метою виявлення схожих торгових марок, які можуть послугувати перешкодою для реєстрації тієї, що заявляється.

Відповідно до ст. 6 Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» існує ряд підстав для відмови у реєстрації торгової марки. Так, наприклад, *заявнику може бути відмовлено у реєстрації торгової марки,* якщо позначення:

1. Зображують або імітують:

- державні герби, прапори та інші державні символи (емблеми);
- офіційні назви держав;
- емблеми, скорочені або повні найменування міжнародних міжурядових організацій;
- офіційні гарантійні, контрольні та пробірні клейма, печатки;
- нагороди та інші відзнаки.

Такі позначення можуть бути включені до складу реєстрованої торгової марки як елементи, що не охороняються, якщо на це надано згоду відповідного органу або їх власників.

2. Не володіють розпізнавальною здатністю і не набули її внаслідок їх використання.

3. Складаються лише з позначень, які є загальновживаними як позначення для товарів і послуг певного виду.

4. Складаються лише з позначень чи даних, що є описовими при використанні для визначених у заявці товарів і послуг або у зв'язку з ними, тобто вказують на вид, якість, склад, кількість, властивості, призначення, цінність товарів і послуг, місце і час виготовлення чи збуту товарів або надання послуг.

5. Складаються лише з позначень, які є загальновживаними символами і визначеннями.

6. Відображають тільки форму, яка обумовлена природним станом товару чи необхідністю отримання технічного результату або яка наділяє товар істотною цінністю.

7. Є однаковими або схожими настільки, що їх можна сплутати з:

- торговими марками, раніше зареєстрованими чи заявленими для реєстрації на ім'я іншої особи для таких самих або споріднених з ними товарів і послуг;
- торговими марками інших осіб, якщо такі марки охороняються без реєстрації на підставі міжнародних договорів, учасницею яких є

Україна, які визнані добре відомими відповідно до ст. 6 Паризької Конвенції про охорону промислової власності;

- фірмовими найменуваннями, які є відомими в Україні і належать іншим особам, які набули право на них до дати подання до Укрпатенту заявки на такі ж або однорідні з ними товари та послуги;

- кваліфікованими позначеннями походження товарів (у тому числі спиртів та алкогольних напоїв), що охороняються законом України «Про охорону прав на зазначення походження товарів». Такі позначення можуть бути лише елементами, що не охороняються, торгових марок тих осіб, які мають право використовувати зазначені позначення;

- знаками відповідності (сертифікаційними знаками), зареєстрованими у встановленому порядку.

8. Відтворюють промислові зразки, які в Україні належать іншим особам.

9. Відтворюють назви відомих в Україні наукових, літературних і художніх творів або цитати і персонажі з них, твори мистецтва та їх фрагменти без згоди власників авторського права або їх правонаступників.

10. Відтворюють прізвища, імена, псевдоніми та похідні від них, портрети і факсиміле відомих в Україні осіб без їх згоди.

Як відомо, реєстрація торговельної марки має територіальну дію, тобто після реєстрації ТМ в певній країні охорона буде діяти лише на території цієї країни. Для захисту ТМ за кордоном необхідна окрема реєстрація торговельної марки окремо *в кожній країні, що становить інтерес, або в регіоні* (наприклад, в Євросоюзі). Альтернативою вищевказаним процедурам є реєстрація торговельної марки за Мадридською системою, яка значно спрощує та прискорює реєстрацію ТМ за кордоном.

Мадридська система функціонує згідно з Мадридською угодою та Протоколом до Мадридської угоди. Мадридська система нараховує 103 члени, які представляють 119 країн.

Характерною рисою міжнародної реєстрації є централізоване діловодство та єдина процедура реєстрації марки. Міжнародна реєстрація торговельних марок має *низку переваг:*

- подання єдиної заявки із зазначенням усіх країн, що становлять інтерес, із 119, які входять у дану систему;

- охорона міжнародної торговельної марки на території будь-якої заявленої країни така ж, як і охорона марки, зареєстрованої за національною процедурою;
- заявка подається однією з офіційних мов (англійською, французькою, іспанською) без необхідності надання перекладу національними мовами відомств країн, в яких заявляється охорона;
- нема необхідності залучення національних патентних повірених у кожній країні, що становить інтерес;
- сплата єдиного набору зборів, установленого у швейцарських франках, що скорочує витрати на сплату зборів у всіх країнах, що становлять інтерес, окремо;
- можливість територіального розширення дії охорони ТМ після її реєстрації.

Вартість міжнародної реєстрації торговельної марки залежить від кількості класів товарів і послуг згідно з міжнародною класифікацією, від того, чи заявляється ТМ в кольоровому або в чорно-білому виконанні, а також від країн, в яких заявляється охорона, та їхньої кількості.

Цікаво: Кількість чинних товарних знаків у всіх країнах світу досягла 4 млн і постійно зростає. Нині у світі щорічно подається близько 600 тис. заявок на товарні знаки і реєструється майже 400 тис. знаків. Термін дії свідоцтв на товарні знаки в більшості країн майже не обмежується і постійно продовжується. Водночас у таких країнах як Австралія, Бразилія, Ірландія та ін. термін дії такого свідоцтва становить 7 років і продовжується до 14 років. 10-річний термін дії (з продовженням ще на 10 років) запроваджено в Україні та інших країнах.

За сучасних умов загальновідомі товарні знаки охороняються Угодою TRIPS, Директивою ЄС про товарні знаки, Спільною резолюцією Генеральної Асамблеї Всесвітньої організації інтелектуальної власності.

Згідно з Паризькою конвенцією про охорону промислової власності правова охорона фірмових найменувань здійснюється у всіх країнах ЄС без обов'язкового подання заявки чи реєстрації. Водночас конкретні механізми регулювання цих прав мають значні відмінності у різних країнах.

Авторське право на твір. Відповідно до положень Бернської Конвенції, Закону України «Про авторське право і суміжні права» *авторське право на твір* виникає з моменту його створення і не потребує обов'язкової державної реєстрації. При цьому, у разі необхідності, автору доведеться доказувати факт авторства. У зв'язку з чим, *реєстрація авторського права дає ряд переваг:*

- свідоцтво про реєстрацію об’єктів авторського права є документом, який засвідчує право власності на твір і дає можливість підтвердити це право у разі його неправомірного використання;
- можливість підтвердження авторства як на території України, так і на території країн-учасниць Бернської конвенції (176 країн);
- можливість внесення об’єкта авторських прав в Статутний капітал підприємства;
- спрощення процедури внесення об’єкта авторських прав у Митний реєстр;
- спрощення процедур, пов’язаних з розпорядженням майновими правами, а саме з передачею прав власності або наданням дозволу на використання об'єкта авторських прав;
- можливість отримати авторські права у спадок.

Територія дії авторського права.

Авторське право на твори, створені на території України, діє як на території України, так і на території країн-учасниць Бернської конвенції (176 країн).

Охорона авторських прав у кожній країні здійснюється відповідно до національного законодавства цієї країни.

Термін дії авторського права.

Термін охорони авторського права на території України становить весь термін життя автора і 70 років після смерті, крім окремих випадків, передбачених законодавством.

Терміни дії авторського права на території інших держав визначені їх внутрішнім законодавством, проте мінімальна вимога до терміну відповідно до Бернської конвенції становить час життя автора і 50 років, без урахування окремих випадків.

Авторське право позначається символом ©. У Сполучених Штатах позначення авторського права складається з 3 елементів:

- Символ ©, або слово 'Copyright' або скорочення 'Copr.';
- Рік першої публікації роботи яка охороняється авторським правом;
- Ідентифікація власника авторського права за ім'ям, абревіатурою , або іншим позначенням, за яким він звичайно відомий.

Особливості реєстрації авторського права

Для підтвердження авторства можливо зареєструвати авторське право в тій країні-учасниці Бернської Конвенції, в якій дана процедура передбачена.

При виборі юрисдикції для реєстрації авторського права слід враховувати особливості процедури реєстрації в кожній країні.

Наприклад, до особливостей реєстрації авторського права в Україні можна віднести наступне:

Авторське право можливо зареєструвати в Україні на ім'я:

- Автора (фізичної особи);

- Правовласника (фізичної особи або юридичної особи – роботодавця автора).

При цьому для підтвердження підстави виникнення прав у Роботодавця, необхідно надати документи, що підтверджують наявність трудових відносин і створення твору в порядку виконання службових обов'язків.

У разі виникнення прав у юридичної або фізичної особи на підставі *авторського договору замовлення або договору про передачу майнових прав, реєстрація передбачена для зазначених авторських договорів.* При цьому після закінчення процедури реєстрації Правовласнику буде видано не Свідоцтво про реєстрацію авторських прав, а Рішення про реєстрацію авторського договору.

Таким чином, вибір юрисдикції для реєстрації повинен залежати від конкретних обставин справи. Наприклад, *процедура реєстрації авторського права в США набагато спрощена як для фізичного так і для юридичної особи та має свої переваги.*

Штриховий код (штрих-код) – унікальний номер, який використовується для ідентифікації товару при зчитуванні сканером в торгових мережах.

Штрих-код є графічною символікою, яка показує інформацію про товар, у вигляді послідовності паралельно розташованих чорних і білих смуг різної товщини, що буде зручною для зчитування сканерами. Під штрих-кодовою символікою розташовується унікальний номер.

Відповідно до Положення № 255 від 20.08.2002 «Про штрихове кодування товарів», затверджене Міністерством економіки з питань європейської інтеграції України, обов'язковим маркуванням штрих-кодами підлягають алкогольні напої та тютюнові вироби, примірники аудіовізуальних творів і фонограм, лікарські засоби та інші товари, маркування яких передбачене законодавством України.

Отримання штрих-кодів для будь-якого виду товарів є необхідним засобом для підвищення ефективності комерційної співпраці між суб'єктами господарювання, інтеграції в мережі

міжнародних товарних потоків, впровадження і застосування електронних засобів обліку та ідентифікації будь-якої категорії товарів.

Наявність штрих-коду на будь-якому вигляді товару може бути успішним маркетинговим інструментом. Дизайнерське рішення штрих-кодової символіки, поряд з торговельною маркою, композиційним рішенням етикетки (упаковки) додають товару унікальність і пізнаваність споживачами.

Право на використання штрих-коду підтверджується *свідоцтвом.*

На кожну товарну позицію необхідно зареєструвати окремий штрих-код, який чітко ідентифікує кожен товар. Наприклад, на ряд товарів, що відрізняються вагою, колірним рішенням, розмірами, необхідно отримувати окремі штрих-коди. Штрих-коди можна отримати на одиничний товар, на групову упаковку, на набори, на вагову продукцію, на дисконтний товар і т. ін.

Штрих-код можливо зареєструвати на наступну категорію суб'єктів господарювання:

- Фізичні особи - підприємці;
- Юридичні особи.

Відповідно до всесвітніх нормативних правил переважне право на реєстрацію штрих-коду належить наступним особам, незалежно від місця виготовлення і особи, яка виготовила товар:

1. *власнику торговельної марки* (даними особами можуть бути як виробник або постачальник, так і імпортер або підприємство оптової або роздрібної торгівлі);
2. власнику нормативно-технічної документації на товар;
3. імпортеру або посереднику.

Сорт рослин. Відповідно до закону України «Про охорону прав на сорти рослин» сорт рослин – це окрема група рослин (клон, лінія, гібрид першого покоління, популяція) у межах нижчого з відомих ботанічних таксонів, яка, незалежно від того, задовольняє вона повністю чи ні умови надання правової охорони:

- може бути визначена ступенем прояву ознак, що є результатом діяльності даного генотипу або комбінації генотипів;
- може бути відмінною від будь-якої іншої групи рослин ступенем прояву хоча б однієї з цих ознак;
- може розглядатися як єдине ціле з точки зору її придатності до відтворення в незмінному вигляді цілої рослини.

Майнове право на сорт засвідчується патентом. *Патент* – це охоронний документ, що засвідчує пріоритет і майнове право інтелектуальної власності на сорт рослин.

Термін дії патенту починається з дати реєстрації та закінчується в останній день: 35-го року для сортів культур дерев, чагарників і винограду, 30-го року для всіх інших сортів. Роки відраховуються від року, наступного за роком реєстрації сорту.

Процедура реєстрації сорту рослин в Україні.

Дії, пов'язані з реєстрацією сорту рослини в Україні, регламентуються законом України «Про охорону прав на сорти рослин». Відповідно до закону можуть виникати такі права на сорт рослини:

- авторське право;
- право на сорт;
- право на поширення сорту;

Вони захищаються свідченням про авторство, патентом і свідченням про державну реєстрацію сорту відповідно.

Процедура реєстрації сорту рослини складається з наступних етапів, а саме:

1) подання заявки на сорт до Міністерства Аграрної Політики та Продовольства України;
2) формальної експертизи заявки;
3) кваліфікаційної експертизи заявки, яка встановлює відповідність сорту критеріям патентоспроможності;
4) видачі патенту на сорт, свідоцтва про державну реєстрацію сорту та свідоцтва про авторство на сорт рослини (у разі, якщо заявник (и) є автором (ами)).

Критерії щодо набуття прав інтелектуальної власності на сорт:

Сорту надається охорона, якщо він має ряд ознак, а саме:

- новизну;
- несхожість (з будь-яким іншим загальновідомим сортом);
- однорідність (розмноження рослини однорідне);
- стабільність (його основні ознаки залишаються незмінними після його розмноження).

Для державної реєстрації сорту рослини, необхідно подати до Міністерства Аграрної Політики та Продовольства України наступні документи:

- заявку на сорт рослини, що містить основну інформацію щодо сорту, селекціонера (ів), заявника (ів), представника заявника (ів) та ін.;

- технічну анкету, що містить детальну інформацію про характеристики сорту, методи розмноження, показники несхожості сорту з подібними сортами, спеціальні умови вирощування сорту, основи використання, схему селекції, посадковий матеріал, необхідний для експертизи та ін.;

- копію пріоритетної заявки, якщо є;

- показники придатності сорту для поширення в Україні;

- довіреність, підписану заявником, засвідчену нотаріально;

- документ, що свідчить про право заявника подавати заявку на сорт, якщо заявник не є автором;

- фотографії рослини та її органів, які, на думку заявника, відображають основні характеристики сорту.

Крім того, в деяких випадках Міністерство Аграрної Політики та Продовольства України може вимагати додаткові документи або відомості про сорт рослини, що реєструється.

Після подання всіх документів починається формальна експертиза заявки, яка зазвичай триває від трьох до шести місяців. За умови позитивних результатів формальної експертизи, починається кваліфікаційна експертиза, яка триває від одного до трьох років.

Кваліфікаційна експертиза складається з експертизи на новизну, експертизи назви сорту і етапу проведення комплексу досліджень (польових, лабораторних, аналітичних) щодо визначення відповідності сорту критеріям патентоспроможності: несхожості, однорідності, стабільності і відповідності сорту критеріям можливості поширення в Україні.

При позитивних результатах кваліфікаційної експертизи приймається рішення про виникнення прав на сорт рослини, та заявнику видаються патент, свідоцтво про держреєстрацію сорту і свідоцтво про авторство на сорт (якщо автором є заявник).

Якщо сорт не відповідає критеріям новизни, проте, відповідає іншим критеріям патентоспроможності, то приймається рішення про видачу свідоцтва про державну реєстрацію.

14.2. Національна система охорони інтелектуальної власності

Зростання ролі та значення інтелектуальної діяльності у соціально-економічному розвитку суспільства, утвердження розумової праці як найважливішого чинника успішного виробничого та комерційного функціонування сучасних високотехнологічних підприємств, підвищення їхньої конкурентоспроможності на внутрішньому і зовнішньому ринках загострює проблему створення надійної та ефективної системи охорони та захисту прав на об'єкти інтелектуальної власності.

Результати творчої діяльності прийнято поділяти на дві великі групи залежно від того, до якої сфери творчості вони належать. Від цього залежать і особливості правового режиму їх охорони.

До першої групи належать результати художньої творчості – літературні, музичні, хореографічні твори, а також образотворчого мистецтва, аудіовізуальні твори, наукові та інші подібні твори. *До другої* – результати технічної творчості – технічні пристрої, машини, механізми, інструменти, транспортні засоби, обладнання, споруди, нові речовини, рішення у сфері конструювання, нові способи та технології виробництва, досягнення селекції тощо.

Зазначені результати творчої діяльності отримали спільну назву, яка підкреслює природу їх походження – об'єкти інтелектуальної власності.

Суб'єктом права інтелектуальної власності є творець (творці) об'єкта права інтелектуальної власності та інші особи, яким належать особисті немайнові та/або майнові права інтелектуальної власності. *Особисті немайнові права інтелектуальної власності* пов'язуються із правом на визнання людини творцем (автором, виконавцем, винахідником тощо) об'єкта права власності.

Авторам належать такі особисті немайнові права:

1) вимагати визнання свого авторства шляхом зазначення належним чином імені автора на творі і його примірниках і за будь-якого публічного використання твору, якщо це практично можливо;

2) обирати псевдонім, зазначати і вимагати зазначення псевдоніма замість справжнього імені автора на творі і його примірниках і під час будь-якого публічного використання;

3) вимагати збереження цілісності твору і протидіяти будь-якому перекрученню, спотворенню чи іншій зміні твору та ін.

Особисті немайнові права автора не можуть бути передані (відчужені) іншим способом, вони належать тільки творцеві об'єкта права інтелектуальної власності.

Майнові права інтелектуальної власності це:

- право на використання об'єкта права інтелектуальної власності;
- виключне право дозволяти використання об'єкта права інтелектуальної власності і т. ін.

Майнові права автора можуть бути передані (відчужені) іншій особі, після чого ця особа стає суб'єктом авторського права.

Майнові права інтелектуальної власності можуть, відповідно до закону, бути вкладом до статутного капіталу юридичної особи, предметом договору застави та інших зобов'язань, а також використовуватися в інших цивільних відносинах.

Особисті немайнові права інтелектуальної власності є чинниками безстроково. Майнові права інтелектуальної власності є чинними протягом строків, встановленим законодавчою базою.

Ст. 429 Цивільного кодексу України. Книга 4. Право інтелектуальної власності. *Права інтелектуальної власності на об'єкт, створений у зв'язку з виконанням трудового договору.*

Особисті немайнові права інтелектуальної власності на об'єкт, створений у зв'язку з виконанням трудового договору, належать працівникові, який створив цей об'єкт.

Майнові права інтелектуальної власності на об'єкт, створений у зв'язку з виконанням трудового договору, належать працівникові, який створив цей об'єкт та юридичній або фізичній особі, де він працює.

Ст. 430 Цивільного кодексу України. Книга 4. Право інтелектуальної власності. *Права інтелектуальної власності на об'єкт, створений за замовленням.*

Особисті немайнові права інтелектуальної власності на об'єкт, створений за замовленням, належать творцеві цього об'єкта.

У випадках, передбачених законом, окремі особисті немайнові права інтелектуальної власності на такий об'єкт можуть належати замовникові.

Майнові права інтелектуальної власності на об'єкт, створений за замовленням, належать творцеві цього об'єкт та замовникові спільно, якщо інше не встановлено договором.

Ст. 433. *Об'єкти авторського права:*

- літературні та художні твори;
- лекції, промови, проповіді та інші усні твори;
- драматичні, музично-драматичні твори, пантоміми, хореографічні та інші твори;
- музичні твори;
- аудіовізуальні твори;
- твори живопису, архітектури, скульптури, графіки;
- фотографічні твори;
- ілюстрації, карти, плани, ескізи, що стосуються географії, топографії;
- комп'ютерні програми і т. ін.

Авторське право не поширюється на ідеї, процеси, методи діяльності або математичні концепції.

Комп'ютерні програми охороняються як літературні твори.

Ст. 434. *Не є об'єктами авторського права:*

- акти органів державної влади та органів місцевого самоврядування;
- державні символи України, грошові знаки, емблеми тощо, затверджені органами державної влади;
- повідомлення про новини дня або інші факти, що мають характер звичайної прес-інформації.

Первинним суб'єктом авторського права є автор твору. Авторське право виникає з моменту виникнення твору. Автору належать особисті немайнові права.

До майнових прав інтелектуальної власності на твір є:

- право на використання твору;
- виключне право дозволяти використання твору;

Ст. 441. Використання твору.

Використанням твору є: опублікування, відтворення будь-яким способом та у будь-якій формі; переклад; переробка, адаптація, аранжування; публічне виконання; продаж та ін.

Строк чинності майнових прав інтелектуальної власності на твір спливає через сімдесят років. Після закінчення строку чинності майнових прав інтелектуальної власності на твір він може вільно та безоплатно використовуватися будь-якою особою.

Ст. 449 *Об'єкти суміжних прав:* виконання; фонограми; відеограми; програми (передачі) організацій мовлення.

Первинними суб’єктами суміжних прав є виконавець, виробник фонограми, виробник відеограми, організація мовлення. Виконавець, виробник фонограми, виробник відеограми для сповіщення про свої суміжні права на фонограмах, відеограмах і всіх їх примірниках, що розповсюджуються серед публіки на законних підставах, або їх упаковках можуть використовувати знак охорони суміжних прав. Цей знак складається із таких елементів: ®; імена (назви) осіб, які мають щодо цих фонограм (відеограм) суміжні права; рік першої публікації фонограми (відеограми).

Право інтелектуальної власності на виконання виникає з моменту першого його здійснення; на фонограму чи відеограму – з моменту її вироблення; на передачу (програму) організації мовлення – з моменту її першого здійснення.

Майновими правами інтелектуальної власності на об’єкт суміжних прав є: право на використання об’єкта суміжних прав; дозвіл на використання об’єкта суміжних прав ін.

Строк чинності майнових прав інтелектуальної власності на виконання спливає через п’ятдесят років; на фонограму, відеограму – через 50 років; на передачу (програму) організації – через 50 років.

У випадку порушення прав інтелектуальної власності кожна особа має право звернутися до суду із захистом свого права інтелектуальної власності.

Ст. 432. Суд у випадках та в порядку, встановлених законом, може прийняти рішення, зокрема, про:

- Застосування негайних заходів щодо запобігання порушенню права інтелектуальної власності та збереження відповідних доказів;
- Зупинення пропуску через митний кордон України товарів, імпорт чи експорт яких здійснюється з порушенням права інтелектуальної власності;
- Вилучення з обороту товарів, виготовлених або введених у цивільний оборот з порушенням прав інтелектуальної власності;
- Застосування разового грошового стягнення замість відшкодування збитків за неправомірне використання об’єкта права інтелектуальної власності;
- Опублікування в засобах масової інформації відомостей про порушення права інтелектуальної власності та зміст судового рішення щодо такого порушення.

Контрольні питання:

1. Визначте основні етапі формування сучасної системи охорони та захисту інтелектуальної власності.
2. Визначте та охарактеризуйте основні етапи отримання патенту України на винахід.
3. Визначте та охарактеризуйте основні етапи отримання патенту на корисну модель.
4. Якими є основні етапі отримання свідоцтва на торговельну марку в Україні. Яким є термін дії такого свідоцтва?
5. Якими є етапи реєстрації і отримання авторського права в Україні? Яким є термін його дії?
6. Якою є процедура реєстрації сорту рослин в Україні?
7. Що становлять собою особисті немайнові права інтелектуальної власності?
8. Якими є об'єкти авторського права? Назвіть їх і охарактеризуйте.

Тестові завдання:

1. Термін дії патенту на винахід в Україні становить:
а) 5 років;
б) 10 років;
в) 15 років;
г) 20 років.

2. Патент, отриманий в Україні, надає патентний захист:
а) лише на території України;
б) на території країн ЄС;
в) на території африканських країн;
г) на території країн колишнього СРСР.

3. Регіональний Патент ЄПВ *(Європейське патентне відомство)***діє на території:**
а) лише на території України;
б) країн ЄС, що увійшли до переліку країн ЕПВ;
в) африканських країн;
г) країн колишнього СРСР.

4. *Регіональний Патент ЄАПО (Євразійська патентна організація)* діє на території:
а) лише на території України;

б) країн ЄС, що увійшли до переліку країн ЕПВ;
в) 8 країн, колишнього СРСР (Азербайджан, Білорусь, Вірменія, Казахстан, Киргизстан, Росія, Таджикистан, Туркменістан);
г) країн колишнього СРСР.

5. Право власності на торгову марку підтверджується:
а) свідоцтвом;
б) патентом;
в) справкою про впровадження;
г) регістрацією.

6. Строк дії свідоцтва на торгову марку:
а) 5 років;
б) 10 років;
в) 15 років;
г) 20 років.

7. Авторське право засвідчується:
а) свідоцтвом про реєстрацію авторського права;
б) патентом на винахід;
в) справкою про впровадження;
г) регістрацією.

8. ***Термін дії авторського права становить:***
а) 50 років;
б) 60 років;
в) весь термін життя автора і 70 років після смерті;
г) 75 років.

9. Право на використання штрих-коду підтверджується:
а) свідоцтвом;
б) патентом на винахід;
в) справкою про впровадження;
г) регістрацією.

10. Майнове право на сорт засвідчується:
а) свідоцтвом;
б) патентом;
в) справкою про впровадження;
г) регістрацією.

11. Об’єктами суміжних прав є:
а) літературні та художні твори;

б) драматичні, музично-драматичні твори, пантоміми, хореографічні та інші твори;

в) виконання; фонограми; відеограми; програми (передачі) організацій мовлення**;**

г) твори живопису, архітектури, скульптури, графіки.

Література: 58, 59, 74, 86.

ГЛОСАРІЙ ТЕРМІНІВ

Авторське право – сукупність національних і міжнародних норм, що регулюють відносини стосовно створення і використання інтелектуального продукту.

Бізнес-інкубатор – це організаційна структура, метою якої є формування сприятливих для стартового розвитку малих підприємств умов через надання їм певних послуг і ресурсів.

Венчурні компанії – переважно малі підприємства в прогресивних з технологічного погляду галузях економіки, що спеціалізуються у сферах наукових досліджень, розробок, створення і впровадження інновацій, пов'язаних із підвищеним ризиком.

Державна інноваційна політика – сукупність форм і методів діяльності держави, спрямованих на створення взаємопов'язаних механізмів інституційного, ресурсного забезпечення підтримки та розвитку інноваційної діяльності, на формування мотиваційних факторів активізації інноваційних процесів.

Економічна рівновага – це збалансованість та пропорційність різноманітних економічних явищ та процесів, а саме: попиту та пропозиції, витрат виробництва та результатів господарської діяльності, грошових і товарних потоків, тощо.

Економічний цикл – це послідовність піднесень і спадів економічної активності протягом певного періоду.

Індекс людського розвитку – це індекс для порівняльної оцінки країн світу за рівнем бідності, грамотності, освіти, середньої тривалості життя, рівня охорони здоров'я, соціальної захищеності, довголіття, екології, рівня злочинності, дотримання прав людини і ВВП на душу населення.

Інжиніринг – надання технологічних знань, необхідних для придбання, монтажу і використання куплених або орендованих машин і устаткування.

Інноваційна інфраструктура – сукупність взаємопов'язаних та взаємодіючих організацій, систем, необхідних і достатніх для ефективного здійснення інноваційної діяльності та реалізації нововведень. Інноваційна інфраструктура об'єднує організації різних видів: фірми, інвесторів, посередників, наукові та державні установи, які своєю діяльністю охоплюють увесь інноваційний цикл – від генерації науково-технічної ідеї до реалізації нововведень.

Інноваційна політика «ринкової орієнтації». Провідна роль в ній належить ринковому механізму в розподілі ресурсів та визначенні напрямів розвитку науки і техніки, а також обмеженню ролі держави в стимулюванні фундаментальних досліджень.

Інноваційна політика «соціальної орієнтації». Передбачає соціальне регулювання наслідків НТП: процеси прийняття рішень і інноваційній сфері відбуваються із залученням широких кіл громадськості.

Інноваційна політика технологічного поштовху. Пріоритетні напрямки науково-технологічного та інноваційного розвитку визначає держава. Вона передбачає розробку різних державних програм, спрямування капіталовкладень у масштабні інноваційні проекти.

Інноваційна політика, націлена на зміни економічної структури господарського механізму. Зорієнтована на розв'язання соціально-економічних проблем за допомогою передових технологій, зміни галузевої структури у бік розвитку наукомістких технологій і сфери її обслуговування.

Інноваційна стратегія – це погоджена сукупність інноваційних рішень, що має визначальний вплив на діяльність підприємства і визначає зміст усіх інших його стратегій.

Інноваційний лаг – період між появою новації і її впровадженням.

Інноваційний маркетинг – діяльність, яка передбачає створення удосконаленої або принципово нової продукції (виробу, технології, послуги, управлінського рішення) – інновації – і використання в процесі її створення і розповсюдження удосконалених або принципово нових – інноваційних інструментів, форм і методів маркетингу з метою більш ефективно задовольнити потреби, як споживачів, так і виробників.

Інноваційний розвиток підприємства – це процес спрямованої закономірної зміни стану підприємства, що залежить від інноваційного потенціалу цього підприємства та джерелом якого є інновації, що створюють якісно нові можливості для подальшої діяльності підприємства на ринку шляхом реалізації уміння знаходити нові рішення, ідеї та у результаті винаходів.

Інноваційною діяльність – це діяльність, спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень і розробок, яка зумовлює випуск на ринок нових конкурентоспроможних товарів і послуг.

Інновації – це новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери.

Інститути – це сукупність відокремлених від інших і пов'язаних між собою норм, правил, які регулюють певні відносини.

Інтелектуальна власність – це результат творчої діяльності людини: винаходи у всіх галузях людської діяльності, корисні моделі, промислові зразки, знаки для товарів та послуг, знаки обслуговування, фірмові знаки, комерційні позначення, інформаційна продукція, селекційні досягнення тощо.

Інтелектуальний продукт – результат інтелектуальної, розумової, духовної та творчої діяльності, втілений у відкриттях, винаходах, патентах, наукових звітах і доповідях, проектах, раціоналізаторських пропозиціях, творах літератури, мистецтва, музики і т. ін.

Лізинг - підприємницька діяльність, спрямована на інвестування власних чи залучених фінансових коштів, яка полягає в наданні лізингодавцем у виключне користування на визначений термін лізингоодержувачу майна. Таке майно є власністю лізингодавця або набувається ним у власність за дорученням і погодженням з лізингоодержувачем у відповідного продавця майна, за умови сплати лізингоодержувачем періодичних лізингових платежів.

Ліцензія – дозвіл на здійснення певного виду діяльності, у т.ч. зовнішньоторговельної з експорту та імпорту, використання об'єктів інтелектуальної власності, необхідних для виробництва чи використання комерційної чи іншої інформації протягом певного строку.

Моніторинг інноваційної діяльності – це систематичний збір, обробка та аналіз інформації про перебіг інноваційних процесів, практичні наслідки заходів щодо стимулювання і регулювання інноваційної діяльності в країні (регіоні, галузі, на підприємстві), результати реалізації пріоритетних напрямів інноваційної діяльності.

Науково-технічні альянси – це стійке об'єднання кількох фірм різних розмірів між собою з університетами, державними лабораторіями на основі угоди про спільне фінансування НДДКР, розроблення або модернізацію продукції. Вони є організаційною

формою процесу глобального інтернаціонального поширення нових технологій.

Національна інноваційна система (НІС) – це сукупність взаємопов'язаних організацій (структур), що зайняті виробництвом і комерціалізацією наукових знань і технологій у межах національних кордонів.

Новація – це продукт інтелектуальної діяльності людей, оформлений результат фундаментальних, прикладних чи експериментальних досліджень в будь-якій сфері людської діяльності, спрямований на підвищення її ефективності.

Ноу-хау – технічна, організаційна або комерційна інформація, що отримана завдяки досвіду та випробуванням технології та її складових, яка: не є загальновідомою чи легкодоступною на день укладення договору про трансфер технологій; є істотною, тобто важливою та корисною для виробництва продукції, технологічного процесу та/або надання послуг; є визначеною, тобто описаною достатньо вичерпно, щоб можливо було перевірити її відповідність критеріям незагальновідомості та істотності.

Патент – охоронний документ, що засвідчує пріоритет, авторство і право власності на винахід (корисну модель).

Регіональні науково-технологічні центри (РНТЦ). Їх діяльність пов'язана з формуванням та здійсненням регіональної інноваційної політики, спрямованої на забезпечення економічного розвитку регіону.

Стартáп (англ. *Start-up*) – компанія (можливо, ще не зареєстрована офіційно, але планує стати офіційною), що будує свій бізнес на основі інновацій або інноваційних технологій, не вийшла на ринок або почала на нього виходити і що володіє обмеженими ресурсами.

Технопарки – територіально відокремлені комплекси, засновані на базі провідного університету, що включає в себе наукові установи, промислові підприємства, інформаційні, сервісні, виставкові центри. Метою діяльності технопарків є розробка, комерціалізація, швидке просування наукових досягнень у виробничу сферу.

Технополіси – об'єднання наукових, інноваційних, науково-технічних парків і бізнес-інкубаторів на певній території з метою надання потужного імпульсу економічному розвитку регіону. Метою його створення є виробництво нової прогресивної продукції або

розроблення нових наукоємних технологій на базі тісних відносин з університетами і науково-технічними центрами.

Торгова марка – це позначення, за допомогою яких товари і послуги одних осіб відрізняються від товарів і послуг інших осіб.

Трансфер технологій – це розповсюдження науково-технічних знань прикладного характеру відносно процесів, методів виробництва та інноваційних продуктів всередині галузі, між галузями та між країнами, яке включає в себе комерціалізацію наукових розробок, тобто передачу нової технології (інновації) в комерційне використання, а також розповсюдження вже існуючих технологій.

Франчайзинг – це надання великою «батьківською» фірмою права дрібній фірмі вести протягом певного періоду свою справу під її опіко та, використовуючи її обладнання, реалізовувати через неї свою продукцію.

Центри трансферу технологій – це компанії, які зорієнтовані на підтримку інноваційного розвитку підприємництва через надання допомоги у придбанні нових технологій. Це організації, які надають інформаційні, консультативні послуги з вибору технології для підприємницької діяльності, розробляють стратегію її трансферу і здійснює юридичну підтримку процесу її передавання від розробника до споживача.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ТА РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Базилевич В. Д. Макроекономіка. навч. посіб. Київ: Атіка, 2002. 368 с.
2. Базилевич В., Базилевич К., Баластрик Л. Макроекономіка: підручник. Київ: Знання, 2007. 703 с.
3. Базілінська.О. Я. Макроекономіка: навч. посіб. Київ: ЦНЛ, 2005. 442 с.
4. Балабанов И.Т. Инновационный менеджмент: уч. пособие. СПб.: Питер. 2000. 432 с .
5. Бубенко П. Т. Владимирова М.С. Інноваційний розвиток підприємства: конспект лекцій. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2016. 138 с.
6. Верба В.А., Новікова І.В. Методичні рекомендації з оцінки інноваційного потенціалу підприємства. *Проблеми науки*. 2003. №3.
7. Вовк І.П., Вовк Ю.Я. Маркетинг інновацій: курс лекцій. Тернопіль: ФОП Паляниця В.А., 2015. 144 с.
8. Волошин В.І., Шехлович А.М. Інституційні механізми та інструменти управління інноваційною безпекою України. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. 2014. Випуск 122 (частина 1). С. 109–116.
9. Гассман О., Франкенбергер К., Шик Ш. Бизнес-модели. 55 лучших шаблонов. Москва, Альпина-Павлимер. 2016. 432 с.
10. Горлачук В.В., Черненко А.С., Раку О.О. Інвестиційне забезпечення інноваційного розвитку. URL: file:///D:/Downloads/107992-228921-1-SM.pdf
11. Гриньов В.Ф. Инновационный менеджмент: учебн. пособие. 2-ое изд. Київ: МАУП, 2001. 152 с.
12. Гунин В.Н. Управление инновациями: 17-модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 7. Москва: ИНФРА-М, 2000. 272 с.
13. Гунчак Н. В. Ефективність системи державного регулювання інтелектуалізації економіки України. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2013. Вип. 23.1. С. 237-242. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/nvnltu_2013_23.1_39.pdf.

14. Дерманська Л.В. Теоретичні засади формування концепції інноваційного розвитку підприємств. URL: http://dspace.tneu.edu.ua/handle/316497/10864

15. Довбенко В.І. Вибір напрямів інноваційного розвитку підприємств за умов змін стану ринку. URL: http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/11401/1/43.pdf.

16. Довгань Л.Є. Стратегічне управління. URL: http://b-ko.com/book_275_glava_17_%D0%A0%D0%9E%D0%97%D0%94%D0%86%D0%9B_9%3Caname=bookmar.html.

17. Єщенко П. С. Сучасна економіка: навч. посіб. Київ: Вища школа, 2005. 325 с.

18. Заблоцький Б.Ф. Економіка й організація інноваційної діяльності: навч. посіб. Львів: Новий Світ, 2007. 456 с.

19. Закон України про інноваційну діяльність № 40-IV від 04.07.2002. URL: http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/40-15.

20. Закон України про інноваційну діяльність № 40-IV від 04.07.2002. URL: http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/40-15.

21. Захарченко В.І., Корсікова Н.М., Меркулов М.М. Інноваційний менеджмент: теорія і практика в умовах трансформації економіки: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 448 с.

22. Аньшина В.М., Дагаева А.А. Инновационный менеджмент: Концепции, многоуровневые стратегии и механизмы инновационного развития: учеб. Пособие. Москва: Дело, 2007. 584 с.

23. Ілляшенко С. М. Управління інноваційним розвитком: проблеми, концепції, методи: навч. посіб. Суми: ВТД «Університетська книга», 2003. 278с.

24. Історія економічних теорій: підручник / [О.Ю. Амосов, В.О. Сивоконь, В.Л. Міненко та ін.]; за заг. Ред. Д.е.н., проф. О.Ю. Амосова, к.е.н., доц. В.О. Сивоконя. Харків: Вид-во ХарРІ НАДУ «Магістр», 2010. 448 с.

25. Кавецький В.В., Причепа І.В., Нікіфорова Л.О. Економічне обґрунтування інноваційних рішень. Вінниця: ВНТУ, 2016. 136 с.

26. Карамушко Н. А. Фактори впливу на науково - технічний й інноваційний розвиток підприємств АПК. URL: http://www.nbuv.gov.ua/ portal/soc_gum/ Cher/2011_1/Karamushko.pdf

27. Карп'юк О. Національні моделі стимулювання інноваційного процесу. *Стратегічні пріоритети*. 2013. № 3. С. 47–49.

28. Катаєв А.В. Обґрунтування доцільності розроблення та впровадження продуктових інновацій. URL: Lviv Polytechnic National University Institutional Repository http://ena.lp.edu.ua.

29. Кобиляцький Л.С. Управління проектами: навч. посібник. Київ : МАУП, 2002. 200 с.

30. Кокурин Д.И. Инновационная деятельность. Москва: Экзамен, 2001. 575 с.

31. Конституція України: Закон України. *Відомості Верховної Ради України.* 1996. № 30. ст. 141 (із змінами і доповненнями).

32. Крейдич І.М., Наконечна О.С., Швець К.М. Діагностика впливу зовнішніх та внутрішніх чинників на процес інноваційно-інвестиційного забезпечення стійкого розвитку промислових підприємств. *Ефективна економіка.* 2013. № 2. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2889

33. Круш П. В. Макроекономіка: навч. посіб. Київ: ЦНЛ, 2005. 400 с.

34. Куджа Т. Оцінка інноваційного розвитку промислового підприємства. URL: http://archive. nbuv. gov. ua.

35. Литвин А. Є. Особливості розвитку галузі інформаційних технологій. *Актуальні проблеми економіки*. 2011. № 11 (125). С. 300–307.

36. Макарій Н. Оцінка інвестиційної привабливості український підприємств. *Економіст.* 2005. №7. 52–59.

37. Макогон Ю., Медведкіна Є. Стратегія інноваційного розвитку України в контексті інтеграції до Європейського Союзу [Текст]. *Журнал європейської економіки.* 2008. Том 7 (№ 1). С. 43–56.

38. Мельник А.Ф. Макроекономіка та макроекономічна політика: навч. посіб. Київ: Знання, 2008. 699 с.

39. Маслак О.І., Л.А. Квятковська. Система показників оцінки інноваційного потенціалу промислового підприємства. *Ефективна економіка.* 2010. № 9. URL: http://www.economy. nayka.com.ua/index.php?op=1&z=298.

40. Мельникова В. І., Клімова Н. І. Макроекономіка: навч. посіб. Київ: ВД Професіонал, 2004. 394 с.

41. Методика інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств і організацій: Затв. наказом Агентства з питань запобігання банкрутству підприємств та організацій 23.02.1997 р. № 22. *Державний інформ. бюл. про приватизацію.* 1998. № 7. С. 18–28.

42. Микитюк П. П, Крисько Ж. Л., Овсянюк-Бердадіна О. Ф. та ін. Інноваційний розвиток підприємства: навч. посіб. Тернопіль: ПП «Принтер Інформ», 2015. 224 с.

43. Микитюк П.П. Інноваційний менеджмент: навч. посіб. Тернопіль: Економічна думка, 2006. 295 с.

44. Мягкова О.В. Закордонний досвід державного регулювання науково-технічної та інноваційної діяльності. *Сучасні питання економіки і права*. 2012. № 2 С. 1-13. URL: file:///C:/Users/Asus/Downloads/Spep_2012_2_3.pdf

45. Національна економіка: підручник. / За ред. П. В. Круша. Київ: ВД «Каравела»; Піча Ю. В., 2008. 416 с.

46. Носова О.В. Оцінка інвестиційної привабливості України: основні підходи. *Економіка і прогнозування.* 2003. №3. С. 119.

47. Офіційний сайт «Всесвітнього економічного форуму». URL: http://www.weforum.org/.

48. Офіційний сайт «Інституту Като». URL: http://www.cato.org.

49. Офіційний сайт «Світового банку». URL: http://www.worldbank.org/.

50. Офіційний сайт рейтингового агентства «Moody's». URL: http://moodys.ru/.

51. Панчишин С. Макроекономіка: навч. посіб. Київ: Либідь, 2001. 616 с.

52. Плескач В. Проблеми становлення електронних ринків в умовах розвитку інформаційного суспільства. *Науково-технічна інформація*. 2008. № 2. С. 45–48.

53. Плисюк Т. Г. Методи оцінки інноваційних ризиків підприємств. *Економіка. Фінанси. Право.* 2014. №8/1. С. 39−43.

54. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи»(Із змінами, внесеними згідно з Наказами Міністерства фінансів № 304 від 30.11.2000 № 989 від 25.11.2002 № 731 від 22.11.2004 № 235 від 16.03.2005 № 1176 від 11.12.2006 № 1213 від 19.12.2006 № 353 від 05.03.2008 № 901 від 08.07.2008 № 1238 від 14.10.2008 № 1125 від 25.09.2009 № 372 від 18.03.2011.)

55. Про інвестиційну діяльність: Закон України. *Відомості Верховної Ради України.* 1991. № 47. ст.646 (із змінами і доповненнями) (дата звернення: 17.12.2018).

56. Про інноваційну діяльність: Закон України. URL: https://xn--80aagahqwyibe8an.com/ukrajiny-zakony/zakon-ukrajini-pro-innovatsiynu-diyalnist-2002-1025.html (дата звернення: 17.12.2018).

57. Про інноваційну діяльність: Закон України. *Відомості Верховної Ради України.* 2002. № 36 ст. 266 (із змінами і доповненнями) (дата звернення: 17.12.2018).

58. Про охорону прав на винаходи та корисні моделі: Закон України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3687-12.

59. Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні: Закон України. *Відомості Верховної Ради України*. 2012. № 19-20. ст.166 (із змінами і доповненнями) (дата звернення: 17.12.2018).

60. Прогноз и моделирование кризисов и мировой динамики / Отв. Ред. А.А. Асаев, А.В. Каротаев, Г.Г. Малинецкий. Москва: Изд-во ЛКИ, 2010. 352 с.

61. Пузыревская, А. А. П88 Маркетинг инноваций: тексты лекций для студентов специальности 1-26 02 03 «Маркетинг» заочной формы обучения / А. А. Пузыревская, П. В. Ястремская. Минск : БГТУ, 2014. 118 с.

62. Романова Т.В., Кучер Я.В. Напрямки підвищення ефективності інвестиційної діяльності. *Ефективна економіка*. 2014. № 11. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3538.

63. Савченко А. Г. Макроекономіка: навч.-метод. посіб. Київ: КНЕУ, 2001. 132 с.

64. Сазонець О. М. Методологічні засади формування інформаційної системи ТНК. *Актуальні проблеми економіки.* 2011. № 12 (126). С. 43–49.

65. Сивоконь В.О. Історія економіки та економічної думки: навч. посібник / В.О. Сивоконь. Харків: Вид-во ХарРІ НАДУ «Магістр», 2017. 464 с.

66. Скриньковський Р. М. Методичний підхід до економічного оцінювання інвестиційної привабливості підприємств машинобудування. *Регіональна економіка.* 2008. № 4. С. 185−192.

67. Стратегічні виклики XXI століття суспільству та економіці України: у 3-х т. За ред. акад. НАН України В.М. Гейця, акад. НАН України В.П. Семиноженка, чл.-кор. НАН України Б.Є. Кваснюка. Київ: Фенікс, 2007.Т.1: «Економіка знань- модернізаційний проект України / за ред. акад. НАН України В.М. Гейця, акад. НАН України В.П. Семиноженка, чл.-кор. НАН України Б.Є. Кваснюка. Київ: Фенікс, 2007, 544 с.

68. Ткаченко Ю.В. Методичні підходи до оцінки інвестиційної привабливості національної економіки. *Ефективна економіка*. 2013. № 9. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2343.

69. Український венчурний портал. URL: http://www.ventu.org.
70. Фаррел К., Ребелло К., Хоф Р. Рынок венчурного капитала США. *Бизнес Уик.* 1996. № 3. С. 14-20.
71. Антонюк Л. Л., Поручник А. М., Савчук В. С. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації: монографія. Київ: КНЕУ, 2003. С. 28-32.
72. Федулова Л. Бізнес-моделі інноваційного розвитку підприємств торгівлі. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. 2017. № 3. С. 48–64. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vknteu .
73. Федулова Л. І. Тенденції розвитку інноваційної політики та її вплив на економічне зростання. *Економіка і прогнозування.* 2011. № 2. С. 63–81.
74. Цивільний кодекс України. Книга 4. Право інтелектуальної власності. URL: http://uatm.ua/zakony/zakony-ukrainy/tsiv%B3lniy-kodeks-ukra%BFni-kniga-chetverta-pravo-%B3ntelektualno%BF-vlasnost%B3
75. Ченг Ф. Ли, Джозеф И. Финнерти. Финансы Корпораций: теория, методы и практика. Москва, Инфра-М, 2000. 686 с.
76. Ширягіна О.Є., Плохотнік І.А. Маркетинг стратегії інноваційних товарів. URL: http://www.rusnauka. com/28_PRNT_2011/Economics/6_93142.doc.ht.
77. Шпикуляк О.Г. Інтеллектуальний та людський капітал як детермінанти інноваційного розвитку економіки: інституціональний аспект. *Інноваційна економіка.* 2011. № 3. С. 3-9.
78. Шумпетер Й. А. Теория экономического развития. Москва: Прогресс, 1982.
79. Яненкова І.Г. Організаційно-управлінські ресурси інноваційного розвитку економіки: методологія та практика: [моногр.] / І. Г.Яненкова; НАН України ; Ін-т екон. та прогнозув. Миколаїв: Вид-во ЧДУ імені Петра Могили, 2012. 380 с.
80. URL: https://library.if.ua/book/140/9475.html
81. The official site of the magazine . «Euromoney», available at: http://www.euromoney.com(Accessed March 2013).
82. The official site of the magazine «Forbes», available at: http://www.forbes.com/ (Accessed March 2013).
83. The official site of the magazine «Newsweek», available at:http://www.thedailybeast.com/newsweek.html (Accessed March 2013).

84. The official site of the rating agency «Standard & Poor's», available at:http://www.standardandpoors.ru/ (Accessed March 2013).
85. The official site of the American Research Center The Heritage Foundation, available at: http://www.heritage.org/ (Accessed March 2013).
86. URL: https://www.msppatent.com.ua/ua/nac_patentnije_ vedomstva.html.

Навчальне видання

Шиян Наталія Іванівна

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА

Навчальний посібник

За редакцією автора
Комп'ютерний набір і верстка Н.І. Шиян

Підпис. до друку 27.08.2019. Формат 60х84/16. Гарнітура Таймс.
Друк офсетний. Обсяг: 14,3 ум.-друк. арк.; 13,5 обл.-вид. арк.
Тираж 100. Замовлення №

Виробник – редакційно-видавничий відділ Харківського національного аграрного університету ім. В.В. Докучаева. 62483, Харківська обл., п/в «Докучаєвське-2», навчальне містечко ХНАУ, тел.99-72-70, E-mail: office@knau.kharkov.ua

Виготовлювач – Видавництво ТОВ «ТПГ»
Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру видавців, виготовлювачів і розповсюджувачів видавничої продукції
сер. ДК № 4252 від 29.12.2011