

ІНСТРУМЕНТИ ТА МЕТОДИ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Монографія

За загальною редакцією
д.е.н., проф. Ілляшенка С.М.
к.е.н., доц. Біловодської О.А.

Публікація містить результати досліджень, проведених при виконанні держбюджетної теми «Розроблення механізму комерціалізації інноваційної продукції», № ДР 0118U003572

Суми
Триторія
2018

УДК 658.84:330.341.1](477)

I 72

*Рекомендовано до друку вченою радою Сумського державного
університету (протокол № 7 від 13 грудня 2018 р.)*

Рецензенти:

Ковальчук К.Ф. – доктор економічних наук, професор, декан факультету економіки та менеджменту Національної Металургійної Академії України;

Михайлова Л.І. – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності та євроінтеграції Сумського національного аграрного університету;

Шафалюк О.К. – доктор економічних наук, професор, декан факультету маркетингу Київського національного економічного університету.

Інструменти та методи комерціалізації інноваційної продукції :
І 72 монографія / за ред. д.е.н., проф. Ілляшенка С.М., к.е.н., доц.
Біловодської О.А. – Суми : Триторія, 2018. – 382 с.

ISBN 978-966-97865-2-4

У монографії висвітлено теоретико-методологічні та прикладні засади управління на макро- та мікрорівнях процесами інноваційного розвитку суб'єктів господарської діяльності. Досліджуються наукові підходи щодо формування і економічного обґрунтування методологічних і теоретико-методичних засад щодо розроблення і функціонування організаційно-економічного механізму комерціалізації інноваційної продукції вітчизняними суб'єктами господарювання різних галузей економіки. Монографія буде корисною для фахівців і науковців у галузі інноваційного менеджменту, маркетингу, логістики та спеціалістів відділів маркетингу і збуту, логістики підприємств промислового комплексу, організацій та установ, пов'язаних із господарчою сферою, викладачів, аспірантів і студентів вищих навчальних закладів – усіх, хто цікавиться поглибленим вивченням актуальних питань економічного розвитку сучасних підприємств у контексті їх інноваційно спрямованого управління та комерціалізації інноваційної продукції.

УДК 658.84:330.341.1](477)

ISBN 978-966-97865-2-4

© Колектив авторів, 2018

ЗМІСТ

Вступ	5
Розділ 1. Інноваційний розвиток держави, регіону та підприємства – запорука успішного зростання вітчизняної економіки	10
1.1. Формування інноваційної моделі державного розвитку підприємств України	10
1.2. Підвищення ефективності інноваційних процесів в контексті забезпечення інноваційного розвитку регіону	30
1.3. Удосконалення теоретико-методичних підходів до формування системи управління інноваційним розвитком підприємства	41
Розділ 2 Інноваційна діяльність як один з головних факторів економічного розвитку підприємств	56
2.1. Інноваційна діяльність як фактор економічної безпеки промислового підприємства	56
2.2. Управлінські та технологічні аспекти розвитку інноваційних лідерів України	74
2.3. Комплаєнс-контроль інноваційної діяльності підприємства	85
2.4. Використання нових методів проектного менеджменту для підвищення ефективності створення інноваційного продукту	105
Розділ 3. Комерціалізація інновацій – завершальний етап інноваційної діяльності	116
3.1. Комерціалізація інноваційної продукції: сутність та етапи	116
3.2. Перспективність комерціалізації унікальної нової техніки як високотехнологічної інноваційної продукції	124
3.3. Управління комерціалізацією інновацій промислових підприємств з застосуванням рефлексивного інструментарію	142
3.4. Застосування засобів інформаційного забезпечення для комерціалізації інноваційної продукції	151
3.5. Напрями комерціалізації інноваційної продукції підприємницьких структур в сучасних умовах	166
Розділ 4. Логістичне забезпечення комерціалізації інновацій	176
4.1. Маркетинг і логістика в системі просування інноваційної продукції на регіональні ринки України	176
4.2. Теоретичні засади збутової діяльності інноваційно-активних підприємств	184
4.3. Оцінювання посередників при комерціалізації товарів на промисловому ринку	193

4.4. Інтеграція Balanced scorecard в діагностичний апарат ланцюгів поставок	200
Розділ 5 Маркетингові комунікації в системі комерціалізації інноваційної продукції	221
5.1. Управління маркетинговими комунікаціями підприємства в інтернет-мережах	221
5.2. Вербальні засоби непрямої комерціалізації інноваційної продукції підприємств	233
5.3. Туристичний імідж регіону як інструмент його просування	243
Розділ 6. Інновації в інструментальному забезпеченні комерціалізації інноваційної продукції	248
6.1. Інновації у маркетингу як засіб посилення конкурентних позицій: аналіз і систематизація	248
6.2. Корпоративна соціальна відповідальність – основа інноваційного розвитку ланцюга поставок	260
6.3. Стратегії венчурної діяльності промислових підприємств України	269
6.4. Особливості проведення біржових торгів за допомогою «Електронної торгової системи»	280
Розділ 7. Інноваційний розвиток харчової промисловості України	286
7.1. Інноваційний потенціал вітчизняної харчової промисловості	286
7.2. Маркетингова політика як індикатор інноваційного розвитку підприємств харчової промисловості	300
7.3. Маркетинг цінності у контексті інноваційної моделі формування конкурентоспроможності підприємств молочної галузі	316
Розділ 8. Інноваційна діяльність і комерціалізація інновацій закладів освіти	329
8.1. Комерціалізація інновацій в ЗВО як фактор забезпечення їх конкурентоспроможності	329
8.2. Інноваційна модель фінансової автономії загальноосвітнього навчального закладу	342
8.3. Комунікаційна ефективність сайту кафедри ВЗО як інструменту комерціалізації освітніх послуг	364
8.4. Теоретичні та практичні аспекти застосування інноваційних технологій навчання в закладах вищої освіти	370
Висновки	380

ВСТУП

Сучасна економіка характеризується постійними змінами характеристик зовнішнього мікро- і макросередовища, зокрема: прискоренням темпів НТП; скороченням життєвого циклу продукції; загостренням конкуренції з боку вітчизняних та зарубіжних виробників; змінами смаків та уподобань споживачів тощо. В цих умовах успіх на ринку значною мірою визначається швидкістю і адекватністю реагування на зміни, в основному, шляхом приведення у відповідність потенціалу господарюючих суб'єктів різних рівнів (внутрішніх можливостей їх розвитку) до зовнішніх, які генеруються ринком. Як свідчить наявний світовий і вітчизняний досвід така відповідність забезпечується шляхом створення і комерціалізації інновацій: продуктових, технологічних, управлінських тощо. Відповідно до цього, загострюється проблема комерціалізації інновацій, що потребує налагодження комунікацій зі споживачами та іншими суб'єктами ринку, формування ефективної системи збуту, що здатна оперативно при прийнятному рівні витрат та ризику реалізувати інноваційні продукти. Особливо гостро ця проблема постає для вітчизняних товаровиробників, які часто програють зарубіжним конкурентам внаслідок неспроможності оперативно забезпечити комерціалізацію своїх інноваційних розробок, що не поступаються зарубіжним аналогам.

Враховуючи викладене у монографії досліджено проблеми і окреслено перспективи формування і наукового обґрунтування методологічних та теоретико-методичних засад розроблення і функціонування організаційно-економічного механізму комерціалізації інноваційної продукції вітчизняними суб'єктами господарювання різних галузей економіки, який враховує інтереси, мотиви і потреби всіх учасників системи створення, виготовлення, просування і збуту, забезпечує їх узгоджену взаємодію, прибутковість, економічне зростання та інтеграцію в глобальний ланцюг поставок. Його практична реалізація дозволить вирішити проблему підвищення ефективності стратегії розвитку інноваційно активного господарюючого суб'єкта, що функціонує в умовах високого ступеня неповної визначеності та ризику, за рахунок своєчасного та ефективного контролю за системою просування і збуту продуктів і послуг споживачам на основі впровадження комунікаційних та логістичних інструментів.

Авторами окремих розділів є науковці різних навчальних та науково-дослідних закладів та підприємств України, які є представниками різних наукових шкіл, що дозволило всебічно проаналізувати існуючі проблеми комерціалізації інноваційної продукції вітчизняних товаровиробників та запропонувати шляхи їх

ефективного розв'язання.

До монографії ввійшли результати досліджень співробітників кафедри маркетингу та управління інноваційною діяльністю (УІД) Сумського державного університету (СумДУ) за держбюджетною темою «Розроблення механізму комерціалізації інноваційної продукції», № ДР 0118U003572, а також ініціативні розробки авторів, які представляють інші установи.

Авторами окремих підрозділів монографії є:

Ілляшенко С.М., д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу та УІД СумДУ; доктор хабілітований, професор Вищої економіко-гуманітарної школи, м. Бельсько-Бяла, Польща (вступ, п. 4.1, п. 5.3, п. 6.1, п. 6.3, 8.3, висновки);

Біловодська О.А., к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу та УІД СумДУ (вступ, п. 4.1, п. 4.3);

Бабенко В.О., д.е.н., професор, професор, професор кафедри міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної справи Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна (п. 3.4);

Божкова В.В., д.е.н., професор, професор кафедри бізнес-економіки та адміністрування Сумського державного педагогічного університету ім. А.С.Макаренка (п. 6.3);

Денисенко М.П., д.е.н., професор, професор кафедри бізнес-економіки та туризму Київського національного університету технологій та дизайну (п. 1.1);

Дериколенко О.М., д.е.н., доцент, професор кафедри економіки, підприємництва та бізнес-адміністрування СумДУ (п. 6.3);

Захарова О.В., д.е.н., професор, професор кафедри менеджменту та бізнес-адміністрування Черкаського державного технологічного університету (п. 2.2);

Зінченко О.А., д.е.н., професор, завідувач кафедри фінансів суб'єктів господарювання та інноваційного розвитку ДВНЗ «Криворізький національний університет» (п. 1.3);

Крикавський Є.В., д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу і логістики Національного університету «Львівська політехніка» (п. 4.4, п. 7.3);

Мальчик М.В., д.е.н. професор, завідувач кафедри маркетингу Національного університету водного господарства та природокористування (п. 3.3, п. 7.1);

Мігус І.П., д.е.н., професор, проректор з наукової роботи Вищого навчального закладу «Університет економіки та права «КРОК» (п. 1.1);

Павлова В.А., д.е.н., професор, завідувач кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності ВНЗ «Університет імені Альфреда Нобеля» (п. 3.2);

Паращенко Л.І., д.н.держ.упр., доцент, професор кафедри управлінських технологій, Вищий навчальний заклад «Університет

економіки та права «КРОК» (п. 8.2);

Перерва П.Г., д.е.н, професор, завідувач кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (п. 2.1);

Поповиченко І.В., д.е.н., професор, професор кафедри менеджменту, управління проектами і логістики ДВНЗ Придніпровська державна академія будівництва та архітектури (п. 8.1);

Савина Н.Б., д.е.н., професор, проректор з наукової роботи та міжнародних зв'язків Національного університету водного господарства та природокористування (п. 2.4);

Савицька Н.Л., д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу і комерційної діяльності Харківського державного університету харчування та торгівлі (п. 7.2);

Телетов О. С., д. е. н., професор, професор кафедри маркетингу та УІД СумДУ (п. 5.2);

Турило А.М., д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки, організації та управління підприємствами посада ДВНЗ “Криворізький національний університет” (п. 1.3);

Турило А.А., д.е.н., професор, професор кафедри фінансів суб'єктів господарювання та інноваційного розвитку ДВНЗ “Криворізький національний університет” (п. 1.3);

Шипуліна Ю.С., д.е.н., доцент, професор кафедри економічної кібернетики та маркетингового менеджменту Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (п. 6.4, 8.3);

Якимишин Л.Я., д.е.н., доцент, професор кафедри промислового маркетингу Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя (п. 6.2);

Афанасьєва О.П., к.е.н., доцент кафедри маркетингу і комерційної діяльності Харківського державного університету харчування та торгівлі (п. 7.2);

Будякова О.Ю., к.е.н., старший викладач кафедри бізнес-економіки та туризму Київського національного університету технологій та дизайну (п. 1.2);

Воротніков В.А., к.е.н., начальник сектору патентно-дослідницького відділу Державного підприємства «Конструкторське бюро «Південне» імені М.К. Янгеля» (п. 3.2);

Гладенко Ю.М., начальник відділу промоції та туризму Сумської обласної державної адміністрації (п. 5.3);

Грищенко О.Ф., к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу та УІД СумДУ (п. 4.1);

Дмитрів А.Я., к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу і

логістики Національного університету «Львівська політехніка» (п. 7.3);

Кобелєва Т.О., к.е.н, доцент кафедри менеджменту інноваційного підприємства та міжнародних економічних відносин, заступник директора навчально-наукового інституту економіки, менеджменту і міжнародного бізнесу Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (п. 2.3);

Коваль Я.С., к.н.держ.упр., доцент кафедри управління фінансово-економічною безпекою Вищого навчального закладу «Університет економіки та права «КРОК» (п. 1.1);

Ковшун Н.Е., к.е.н., доцент, професор кафедри економіки підприємства, Національний університет водного господарства та природокористування, Україна (п. 2.4);

Котуранова Т.В., к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту, управління проектами і логістики ДВНЗ Придніпровська державна академія будівництва та архітектури (п. 8.1);

Кушнір Н.Б., к.е.н., професор, завідувач кафедри економіки підприємства Національного університету водного господарства та природокористування (п. 2.4);

Мельник Ю.М., к.е.н., доцент (п. 3.1);

Олефіренко О.М., к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу та УІД СумДУ (п. 4.2);

Пилипчук В.П., к.е.н., професор, професор, заступник завідувача кафедри маркетингу Київського національного економічного університету (п. 5.1);

Попко О.В., к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу Національного університету водного господарства та природокористування (п. 7.1);

Похильченко О.А., к.е.н., доцент кафедри маркетингу і логістики Національного університету «Львівська політехніка» (п. 4.4);

Романчик Т.В., к.е.н, доцент кафедри економіки та маркетингу Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (п. 2.1);

Сагер Л.Ю., к.е.н., старший викладач кафедри маркетингу та УІД СумДУ (п. 3.1);

Сигида Л.О., к.е.н., старший викладач кафедри маркетингу та УІД СумДУ (п. 3.1);

Солод Л.В., к.т.н., доцент кафедри системного аналізу і моделювання в теплогазопостачанні Державного вищого навчального закладу «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури» (п. 8.4);

Телетова С. Г., к. філол. н., доцент, доцент кафедри російської мови, зарубіжної літератури та методики їх викладання Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка (п. 5.2);

Фалович В.А., к.е.н., доцент, завідувач кафедри промислового

маркетингу Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя (п. 6.2);

Черчата А.О., к.е.н., доцент кафедри менеджменту, управління проектами і логістики Державного вищого навчального закладу «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури» (п. 8.4);

Шацька З.Я., к.е.н., доцент, доцент кафедри бізнес-економіки та туризму Київського національного університету технологій та дизайну (п. 3.5);

Шевлюга О.Г., к.е.н., асистент кафедри маркетингу та УІД СумДУ (п. 4.2);

Барбанова І.С., аспірант Черкаського державного технологічного університету (п. 2.2);

Келямова К.Б., менеджер по роботі з клієнтами ТОВ «ГлобалБилги» (п. 8.3);

Оплачко І.О., аспірант кафедри маркетингу Національного університету водного господарства та природокористування (п. 3.3);

Рудь М.П., аспірант кафедри маркетингу та УІД СумДУ (п. 6.1);

Савченко Ю.Т., асистент кафедри маркетингу і логістики Національного університету «Львівська політехніка» (п. 4.4);

Смоляр Ю.Ю., аспірант кафедри маркетингу та УІД (п. 6.4);

Стець О.М., аспірант кафедри маркетингу і логістики Національного університету «Львівська політехніка» (п. 7.3);

Шимаріна А.К., аспірант кафедри маркетингу та УІД СумДУ (п. 4.3).

квітня 2018 р. Київ : НАУ, 2018. С. 21-22.

23. Романчик Т. В. Наукові засади дефініції "економічна безпека". *Стратегічні перспективи розвитку економічних суб'єктів в нестабільному економічному середовищі* : зб. тез наук. робіт І-ї Всеукраїнської наук.-практ. інтернет-конф., 21-23 березня 2017 р. Кременчук : КрНУ, 2017. С. 206-209.

24. Nagy S., Pererva P. Monitoring of innovation and investment potential of industrial enterprises. *Сучасні тенденції розвитку світової економіки* : зб. матеріалів 10-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 18 травня 2018 р. Харків : ХНАДУ, 2018. С. 88-89.

25. Перерва П.Г., Кобелева Т.О., Ткачова Н.П. Підвищення конкурентоспроможності машинобудівних підприємств на засадах синергетичного бенчмаркінгу. *Вісник Нац. ун-ту "Львівська політехніка"* : зб. наук. праць, 2015. № 819. С. 167- 174.

26. Nagy S. Digital economy and society – a cross country comparison of Hungary and Ukraine. *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут"* : зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2017. № 46 (1267). С. 174-179.

27. Шипуліна Ю.С. Механізм управління потенціалом інноваційного розвитку промислових підприємств: монографія / за ред. к.е.н., доц. Ю. С. Шипуліної. Суми : ТОВ ДД Папірус, 2012. 458 с.

28. Перерва П.Г., Косенко А.П., Косенко А.В. Моделювання споживчої, виробничої, інтелектуальної та кадрової складових ресурсного потенціалу. *Вісник НТУ «ХПІ»*. 2012. № 51(957). С.68- 73.

29. Романчик Т.В. Економічна безпека підприємства: функціональні аспекти. *Стратегічні імперативи розвитку туризму та економіки в умовах глобалізації* : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., присвяченої 10-річчю факультету міжнародного туризму та управління персоналом Запорізького національного технічного університету, 30-31 березня 2017 р. : [в 2 т.]. Т. 2 / ред. В. М. Зайцева. Запоріжжя : "Просвіта", 2017. С. 372-374.

30. Перерва П.Г., Романчик Т.В. Комплексний підхід до управління конкурентоспроможністю промислової продукції. *Перспективи і пріоритети розвитку економіки України та її регіонів* : зб. наук. праць. Луцьк : ЛНТУ, 2012. Вип. 9 (34). Ч. 2. С. 19–29.

2.2. Управлінські та технологічні аспекти розвитку інноваційних лідерів України

Україна останні п'ять років перебуває у перманентному стані соціально-економічної, фінансової, політичної, управлінської та демографічної криз, кожна з яких виходить одна з одної, підсилюючи негативні наслідки для населення та поступово руйнуючи економіку регіонів і країни в цілому. Фінансово-економічні наслідки відбиваються у щорічному скороченні якості та рівня життя населення, різкому коливанні та падінні курсу національної валюти, неефективному функціонуванні банківського сектору, збитковості діяльності суб'єктів господарювання і, перш за все, промислових підприємств, що мають формувати фундамент економічної безпеки

країни. Серед нагальних проблем України соціально-демографічного блоку слід назвати: скорочення рівня народжуваності; зростання захворюваності на хвороби, що несуть суттєву загрозу життю людини та значне скорочення віку їх набуття; зростання негативного сальдо природних і механічних приростів населення; деформація вікової піраміди; внутрішнє переселення населення в наслідок військових дій та порушення цілісності державних кордонів України. Факторами підсилення означених проблем виступають низький рівень ефективності управлінських рішень, що приймаються на всіх щаблях управління та відсутність дієвої стратегії виходу з кризового стану на мікро-, мезо- та макрорівнях.

Загострення перелічених проблем та негативних наслідків кризового стану являється однією з причин посилення відтоку молоді та людей працездатного віку з України до більш розвинених країн світу у пошуках кращої долі та можливостей адекватної оцінки їх знань, вмінь і навичок. При цьому від'їзд талантів за межі країни веде до різкого скорочення сьогодні та у найближчій перспективі людського потенціалу, людського капіталу та інноваційно-інтелектуального потенціалу країни, що згубно впливає на якість й збалансованість послуг освітньої системи, на результативність й інноваційність наукової та виробничої діяльності, скорочує можливості для оновлення кадрового й матеріального складу суб'єктів господарювання. При цьому найбільшу загрозу перелічені та аналогічні до них проблеми несуть саме майбутнім поколінням українців, так як здебільшого вони мають пролонгований характер негативного впливу та властивість накопичувати від'ємний ефект у певній математичній прогресії [1], що ще більше погіршить соціально-економічний стан країни.

Проте вже сьогодні Україна відчуває суттєву нехватку інноваторів, тобто тих активних, молодих, амбітних, професійно досвідчених й інноваційних людей, які здатні, можуть та прагнуть розробляти й впроваджувати у практичну діяльність новітні розробки, технології, продукти, управлінські підходи і рішення тощо. Рівень внутрішньої та зовнішньої мотивації таких осіб останніми роками постійно скорочується, що не може негативним чином вплинути й на ступінь інноваційної активності економіки країни в цілому. Одночасно спостерігається досить низький рівень комерціалізації інновацій та значний, майже неподоланий відрив між моментами створення та практичної реалізації інновацій. І таку негативну динаміку було зафіксовано у рейтингу інноваційності економік світу, яку у 2018 р. у черговий раз було розраховано за версією Агенції Bloomberg за сімома комплексними критеріями поширення інновацій: Україна у 2018 р. посіла 46 місце, втративши чотири позиції порівняно з 2017 р., коли вона займала 42 місце та п'ять позицій порівняно з 2016 р., коли вона

займала 41 місце серед п'ятдесяти країн світу [2]. При цьому означене падіння було найбільшим серед досліджуваних країн і за розміром однаковим із Новою Зеландією, проте для неї означене падіння не було таким катастрофічним, так як країна входить до двадцятки найбільш інноваційних економік світу. Для України щорічне падіння місця у даному рейтингу свідчить про наявність глибинних проблем, пов'язаних із концентрацією високотехнологічних виробництв, обсягами витрат, що спрямовуються на дослідження та розробки, кількістю науковців і практиків, що запроваджують інновації.

Більш привабливу ситуацію має Україна за даними Глобального індексу інновацій (Global Innovation Index), який на основі восьмидесяти спеціальних показників розраховують міжнародні організації. За даним рейтингом Україна, починаючи з 2010 р. має постійну тенденцію поліпшення значення індексу і у 2017 р. досягла найкращого рівня – 43 місце серед 126 країн світу, рис. 2.5 [3-11].

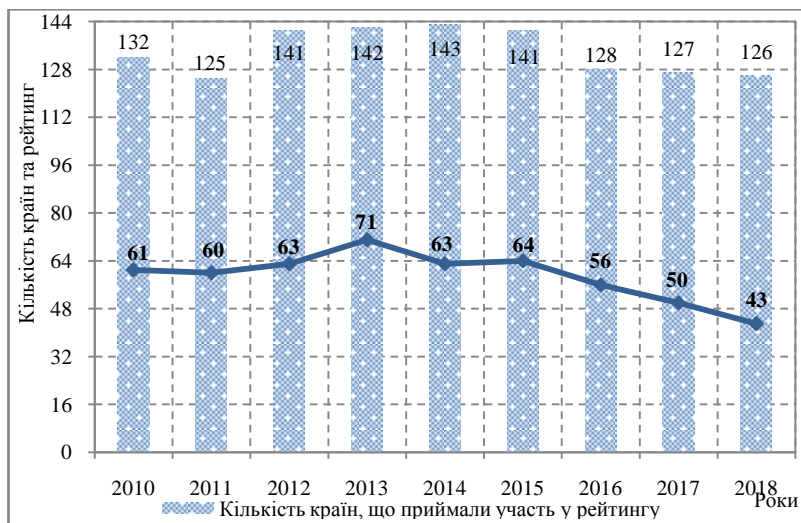


Рисунок 2.5 – Рейтинг України за Глобальним інноваційним індексом протягом 2010-2018 рр.

Джерело: побудовано за даними [3, с. XX; 4, с. XVIII; 5, с. 20; 6, с. 16; 7, с. 14; 8, с. 10; 9, с. 8; 10, с. 18; 11, с. 13]

У середньому за період Україна займала 59 місце серед 134 країн світу. Водночас протягом періоду дослідження у трьох роках спостерігалось незначне скорочення рівня індексу – у 2010 р. місце України у світовому рейтингу погіршилося на три позиції, у 2013 р. – на вісім позицій, у 2015 р. – на одну позицію. Означене скорочення було наслідком загострення фінансово-економічних проблем в

Україні, падіння обсягу виробництва промисловими підприємствами та скорочення рівня їх прибутковості, що негативним чином позначилося на потоках інвестицій у людський капітал та розвиток інноваційної діяльності всіх секторів економіки країни.

Означена позитивна динаміка, при загальному агресивному середовищі й незадовільних умовах сприяння інноваційному розвитку України, має під собою певні підстави, пов'язані із функціонуванням суб'єктів господарювання, які у своїй діяльності використовують різні варіанти інновацій, інвестують кошти у розвиток людського капіталу, модернізацію та оновлення техніко-технологічного базису.

Впроваджуючи інновації основною метою підприємства, яке обрало таку стратегію розвитку, є підвищення власної конкурентоспроможності порівняно з іншими підприємствами галузі, регіону та країни. Також це дає ще багато інших переваг таких як, вихід на нові ринки збуту, покращення якості та збільшення кількості продукції, привернення уваги нових споживачів, виготовлення нової продукції для ринку. Тому можна говорити, що інновації є важливою складовою розвитку економіки регіону.

Водночас залучення підприємств України до активної інноваційної діяльності у різні часи протягом останніх вісімнадцяти років було різним за інтенсивністю, що визначається впливом різних чинників як внутрішнього, так і зовнішнього походження, рис. 2.6.

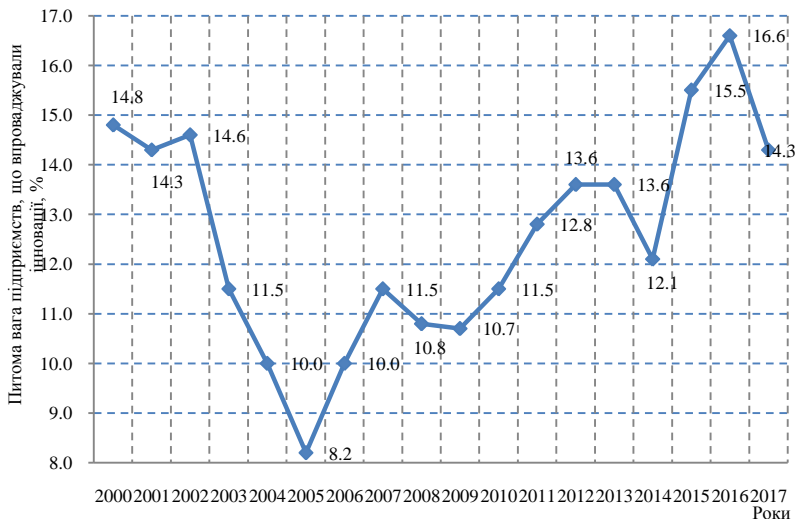


Рисунок 1.13 – Динаміка питомої ваги підприємств України, які протягом 2000-2017 рр. впроваджували інновації у свою діяльність
Джерело: побудовано за даними Державної служби статистики України [12]

Так, починаючи з 2000 р. і до 2005 р. спостерігалася негативна

тенденція зменшення питомої ваги підприємств, що впроваджували інновації з 14,8% до 8,2%. Далі до 2007 р. відбулося незначне підвищення рівня показника, а потім знову несуттєве його зниження. Починаючи з 2009 р. рівень досліджуваного показника мав тенденцію до поступового зростання за виключенням 2014 та 2017 рр. При цьому у 2016 р. було досягнуто найвищий рівень включення підприємств України до інноваційних процесів – питома вага таких підприємств дорівнювала 16,6%, проте вже у наступному році значення показника впало до 14,3%, тобто до рівня 2001 р. Загалом, виходячи з цієї динаміки можна зробити висновок про невисоку частку українських підприємств, що за сучасних умов є активно залученими до процесів впровадження інновацій, що зменшує потенційні можливості до перспективного зростання економіки регіону і країни.

Водночас, серед українських підприємств є такі, що інноваційний розвиток визначають основою стратегії діяльності, є новаторами у своїй сфері, що дозволяє їм бути лідерами на регіональному та національному ринках.

Водночас, серед українських підприємств є такі, що інноваційний розвиток визначають основою стратегії діяльності, є новаторами у своїй сфері, що дозволяє їм бути лідерами на регіональному та національному ринках. Так, у 2016 р. в Україні було проведено дослідження з метою побудови першого рейтингу інноваційних компаній, який під егідою Forbes було розраховано на підставі експертних опитувань провідних фахівців із освітньої, інвестиційної, юридичної та аудиторської сфер діяльності України [13]. У результаті таких досліджень було обрано та проранжовано двадцять різних підприємств, що було визначено як найбільш інноваційно активні, більшість з яких представляють АПК, енергетику та послуги. Топ-10 підприємств означеного рейтингу наведено у табл. 2.3.

Отже, дивлячись на список підприємств можна сказати, що всі вони відносяться до різних галузей, але завдяки використанню в своїй діяльності інновацій стали провідними лідерами у кожній галузі та продовжують розвиватися. Детальне вивчення провідного досвіду означених інноваційних підприємств має дозволити систематизувати провідні підходи у сфері впровадження інновацій з метою його поширення на інші сфери регіональної економіки

Саме для цього було проведено експертну діагностику інноваційної стратегії розвитку кожного з десяти підприємств-лідерів у інноваційній сфері, яку було проведено на підставі інформації, викладеної на офіційних сайтах кожного з них. При цьому під інноваційною стратегією розумілися «планові зміни, що відкривають можливості підприємству стати на шлях інноваційного розвитку, освоєння випуску нових видів продукції, виходу на нові ринки збуту, підвищення конкурентоспроможності» тощо [14, с. 254].

Таблиця 2.3 – Рейтинг десяти найбільш інноваційних підприємств і організацій України за версією Forbes, 2016 р.

№	Назва	Сфера діяльності	Індекс інноваційності
1	ПАТ «ПриватБанк»	Фінанси	79,2
2	ДП «Виробниче об'єднання «Південний машинобудівний завод ім. О.М. Макарова»	Машинобудування	64,4
3	«Нова Пошта»	Вантажоперевезення	60,4
4	ПАТ «Фармак»	Фармацевтика	60,4
5	ПАТ «Турбоатом»	Машинобудування	58,3
6	Grammarly	ІТ-послуги, технології	56,3
7	Нафтогазовидобуток	ТЕК	54,2
8	Агроіндустріальний холдінг «МХП»	АПК	54,2
9	Державний концерн «Укоборонпом»	ВПК	52,1
10	Інтернет-магазин «Розетка»	Електронна комерція	52,1

Джерело: складено за даними першого Рейтингу інноваційних компаній України [13]

Дослідження проводилося за чотирма складовими – управлінські, технічні, технологічні інновації та інноваційні продукти. Результати дослідження наведено у табл. 2.4-2.7 [15-23].

Таблиця 2.4 – Управлінські інновації провідних інноваційних компаній України

Підприємство	Зміст інновацій
1	2
Приватбанк	Кодекс корпоративної етики де прописано загальні положення, те якими повинні бути керівники, про ставлення до колег та банку, про стиль керування. Неперервний професійний розвиток персоналу
«Нова Пошта»	Розвиток та кваліфікаційне зростання персоналу. Сприяння впровадженню та розвитку «ноу-хау»
ПАТ «Фармак»	12 років тому компанія прийняла пропозицію європейських партнерів на розробку і виробництво відповідно до європейських вимог рентгеноконтрастного препарату «Магнегіта». З цієї метою було трансформовано основні процеси, їх адаптовано до нових регуляторних вимог

Продовження табл. 2.4

1	2
ПАТ «Турбоатом»	Наявність Сертифікату відповідності, виданого незалежною міжнародною компанією SAI GLOBAL дає можливість конкурувати на рівних із ведучими виробниками турбіннобудівної продукції у світі
Grammarly	Український стартап на який залучено рекордну для України суму у \$110 млн зарубіжних інвестицій. Обслу-говує понад 6,9 млн користувачів та є найбільш популяр-ним додатком в інтернет-магазині Chrome Web Store
Державний концерн «Укоборонпом»	Розроблено та введено в дію модель галузевих кластерів із чіткою спеціалізацією та замкненим циклом виробництва до фінального продукту. Наявність понад 10 конструкторських бюро, які займаються розробкою, проектуванням та дослідженнями, завдяки чому впроваджуються нові рішення та інновації

Джерело: побудовано за даними [15; 17-19; 20; 22]

Таблиця 2.5 – Технічні інновації провідних інноваційних компаній України

Підприємство	Зміст інновацій
Приватбанк	Використання у роботі з обслуговування клієнтів iPad. Наявність зручного електронного сервісу інтернет-банку Приват24, його постійний розвиток
ПАТ «Фармак»	Новітні лабораторії, R&D. Трансформація від заводських лабораторій до інтелектуальних кластерів, у яких зосереджено процеси зі створення нових технологій, їх оптимізації, вбудовування якості з використанням сучас-ного аналітичного обладнання. Це дослідна ділянка, полігон для відпрацювання й моделювання виробничих процесів, де працюють 35 кандидатів і докторів наук
Нафтогазо-видобуток	Використання високотехнологічного обладнання, за допомогою якого збільшуються обсяги нафтогазовидобутку. Процес є екологічно безпечним і обладнання корисне за багатьма напрямками нафтогазовидобутку
Інтернет-магазин «Розетка»	Наявність зручного каталогу товарів для швидкої орієнтації покупців

Джерело: побудовано за даними [15; 18; 23]

Таблиця 2.6 – Технологічні інновації провідних інноваційних компаній України

Підприємство	Зміст інновацій
ПАТ «Фармак»	Компанія пройшла еволюцію від виробничого майданчика до технопарку, у якому сконцентровано основні інноваційні технології та виробництва. Постійна оптимізація процесів і перехід до складніших технологій. Вигідне розташування для співпраці з найбільш просунутими інтелектуальними кадрами
ПАТ «Турбоатом»	Використання передових технологій під час виготовлення продукції
Агроіндустріальний холдінг «МХП»	Використання передових світових технологій у діяльності

Джерело: побудовано за даними [18; 19; 21]

Таблиця 2.7 – Інноваційні продукти провідних інноваційних компаній України

Підприємство	Інноваційний продукт
1	2
Приватбанк	Впровадження в дію однієї із перших робочих систем QR-банкінгу, що забезпечує легку оплату рахунків, товарів та інтернет-покупок через QR-код по безконтактній банківській системі. Фотокаса – по фотографії рахунків і комунальних платежів робітники банку створюють всі необхідні документи, які потім надходять на e-mail, як відскановане фото. Інноваційний цифровий безконтактний гаманець на базі глобальної цифрової платформи токенизації Mastercard Enablement Digital Service (MDEs), що перетворює будь-який пристрій з підключенням до Internet на безпечний платіжний інструмент
ДП «ВО «Південний машинобудівний завод»	Створення новітніх зразків ракетних двигунів на різних видах палива для перспективних космічних проектів. Розширення на територію України зони надання високо-точної диференційної поправки системи EGNOS (CC), створення умов для розширення сфери використання супутникових навігаційних систем в різних галузях економіки. Введення в комерційну експлуатацію Національної супутникової системи зв'язку, впровадження сучасного комплексу інформаційно-телекомунікаційних послуг. Впровадження інформаційно-аналітичної системи в інте-ресах забезпечення національної безпеки і оборони із використанням національних та закордонних космічних інформаційних систем

Продовження табл. 2.7

1	2
ПАТ «Фармак»	Виробництво інсулінів за технологією компанії Lilly (США) – «Фармасулінів». Це перші американські фармтехнології в Україні. ПАТ «Фармак» – друга компанія у світі, якій була передана технологія виробництва картриджів, що є комплексом складних знань із мехатроніки та прецизійності
«Нова Пошта»	Київський інноваційний термінал є першим сортувальним термінал з автоматизованою сортувальною лінією, що не має аналогів в Україні. Його сортувальна потужність у 2,5-3 рази більша за середню потужність аналогічних національних об'єктів. Сервіс «Плати пізніше», що не має аналогів на українсь-кому ринку – клієнт може відтермінувати оплату вартості послуг доставки і додаткових послуг на термін до десяти календарних днів з дати отримання відправлення і оплатити їх у зручний для себе час
Grammarly	Сервіс перевіряє грамотність набраного тексту в реальному часі, оцінює чіткість викладеного тексту, дає підказку чим замінити слова які повторюються або дуже великі речення. Крім цього також замінює в тому випадку, якщо стиль тексту не відповідає обраному жанру, може вказувати на більш виразні фрази. Творці Grammarly працюють над тим, що в майбутньому можна було передбачувати реакцію співрозмовника і надавати рекомендації на відповідні зміни ведення бесіди
Агроіндустрі- -альний холдінг «МХП»	Введення в експлуатацію першої в Європі біогазової стан-ції потужністю 5 МВт/год (еквівалентно електропоста-чанням для 1500 квартир і тепловому забезпеченню 1500 квартир), яка працює на органічних відходах від перероб-ки курей-бройлерів. У 2017 р. було анонсовано проєкт будівництва нового біогазового комплексу на базі Вінницької птахофабрики, яке планується закінчити у 2020 р. Проєктна потужність становить 20 МВт. Комплекс стане найбільшим у світі
ДК «Укоборон пом»	Виготовлення інноваційної продукції у галузі бронетехніки. Випуск новітніх зразків озброєння і військової техніки
Інтернет- магазин «Розетка»	Можливість попереднього замовлення новинок товарів. Можливість зробити покупку все за найкращими цінами

Джерело: побудовано за даними [15-23]

У основі всіх управлінських інновацій, що було впроваджено підприємствами, лежало обов'язкове виконання принципу неперервного професійного розвитку персоналу із акцентуванням уваги безпосередньо на керівних кадрах [24].

Спрямування інноваційної стратегії протягом тривалого часу саме

у цьому напрямі має забезпечити дієве підґрунтя для перспективного розвитку підприємства та дозволить природним шляхом залучити до нього талантів як з території України, так і з-за її меж.

Більшість технічних інновацій українських підприємств-новаторів пов'язана із використанням високотехнологічного обладнання, передових технологій та сервісів.

Високий технологічний рівень підприємств-лідерів у інноваційній сфері України пов'язаний із чіткою орієнтацією їх діяльності на провідні світові тенденції та досягнення у сфері НТП. Означений вектор руху наряду із залученням провідних фахівців у галузі має забезпечити інноваційне зростання підприємству, галузі та регіону.

Впроваджені інноваційні продукти у діяльність досліджуваних підприємств є досить різними за своєю сутністю, проте у основі кожного з них лежать наукові розробки та дослідження. Водночас саме сучасні тенденції розвитку цієї сфери в Україні, через недостатній рівень фінансування та постійні оптимізаційні реформи, характеризуються негативною динамікою, яку підсилює затяжна суспільно-політична криза в країні. При цьому основними проблемами, що лежать у основі перманентної тенденції зменшення числа інноваторів в Україні слід назвати:

низький рівень престижу в Україні професій науковця, освітянина і одночасно інноватора за покликанням, через що молодь досить повільно йде у науку і освіту, долучається до створення інновацій;

відсутність сучасного обладнання для досліджень або достатніх обсягів коштів для його придбання за межами країни;

недостатність фінансування наукових досліджень і, у першу чергу, пов'язаних із розробкою інновацій;

низький рівень оплати праці науковця та інноватора порівняно зі світовими тенденціями;

відсутність попиту в економіці країни на новітні інноваційні розробки, відірваність науки від виробництва, освіти та державної влади;

міграція українських науковців та талановитої молоді за кордон, де їхня праця цінується більше.

Отже, для того щоб Україні стати на шлях інноваційного типу розвитку необхідно, перш за все, подолати перелічені проблеми, а по-друге, максимально дослідити та поширити наявний досвід українських підприємств, що за різними оцінками є лідерами у інноваційному розвитку країни. Крім того, комерціалізація інноваційних продуктів та технологій має стати одним із дієвих важелів активізації інноваційної діяльності промислових підприємств України та мотивації інноваторів до подальших наукових досліджень, інвестування у запровадження новітніх змін у всі без виключення сфери життєдіяльності людини. Поширення таких тенденцій має

сприяти стабілізації та оздоровленню економіки країни та забезпеченню її конкурентоздатності на світовому ринку.

1. Zakharaova O., Kratt O. Economic Study and Risk Estimate of the Investment in the Human Capital. *Economics & Sociology*. 2014. Vol. 7. № 2. pp. 94-108. DOI: 10.14254/2071-789X.2014/7-2/8.

2. Bloomberg Innovation Index 2018. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2018-01-22/south-korea-tops-global-innovation-ranking-again-as-u-s-falls> (дата звернення: 01.12.2018).

3. The Global Innovation Index 2018. Energizing the World with Innovation. Geneva, 2018. 430 с. URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2018.pdf (дата звернення: 01.12.2018).

4. The Global Innovation Index 2017. Innovation Feeding the World. Geneva, 2017. 463 с. URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2017.pdf (дата звернення: 01.12.2018).

5. The Global Innovation Index 2016. Winning with Global Innovation. Geneva, 2016. 451 с. URL: http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2016.pdf (дата звернення: 01.12.2018).

6. The Global Innovation Index 2015. Effective Innovation Policies for Development. Geneva, 2015. 453 с. URL: <https://www.globalinnovationindex.org/userfiles/file/reportpdf/gii-2015-v5.pdf> (дата звернення: 01.12.2018).

7. The Global Innovation Index 2014. The Human Factor in Innovation. Geneva, 2014. 429 с. URL: <https://www.globalinnovationindex.org/userfiles/file/reportpdf/GII-2014-v5.pdf> (дата звернення: 01.12.2018).

8. The Global Innovation Index 2013. The Local Dynamics of Innovation. Geneva, 2013. 417 с. URL: http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/economics/gii/gii_2013.pdf (дата звернення: 01.12.2018).

9. The Global Innovation Index 2012. Stronger Innovation Linkages for Global Growth. Geneva, 2012. 464 с. URL: <https://www.globalinnovationindex.org/userfiles/file/GII-2012-Report.pdf> (дата звернення: 01.12.2018).

10. The Global Innovation Index 2011. Accelerating Growth and Development. Geneva, 2011. 381 с. URL: http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/economics/gii/gii_2011.pdf (дата звернення: 01.12.2018).

11. The Global Innovation Index 2009-2010. Accelerating Growth and Development. Geneva, 2010. 456 с. URL: <https://www.globalinnovationindex.org/userfiles/file/GII-2009-2010-Report.pdf> (дата звернення: 01.12.2018).

12. Наукові кадри та кількість інновацій / Офіційний веб-сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 01.12.2018).

13. Спасти будущее: первый рейтинг инновационных компаний Украины. URL: <http://forbes.net.ua/magazine/forbes/1416757-spasti-budushchee-pervyj-rejting-innovacionnyh-kompanij-ukrainy> (дата звернення: 01.12.2018).

14. Захарова О.В., Барбанова І.С. Інноваційна стратегія розвитку підприємств машинобудівної галузі // Наукові праці Кіровоградського національного технологічного університету. Економічні науки. 36. наук.

праць. Кіровоград: ЦНТУ, 2017. №32. С. 249-259.

15. ПриватБанк. Офіційний сайт. URL: <https://privatbank.ua/ru/about> (дата звернення: 01.12.2018).

16. ДП «Виробниче об'єднання «Південний машинобудівний завод ім. О.М. Макарова». Офіційний сайт. URL: www.yuzhmash.com (дата звернення: 01.12.2018).

17. Нова пошта. Офіційний сайт. URL: <https://novaposhta.ua/> (дата звернення: 01.12.2018).

18. ПАТ «Фармак». Офіційний сайт. URL: <https://farmak.ua/> (дата звернення: 01.12.2018).

19. АТ «Турбоатом». Офіційний сайт. URL: <http://www.turboatom.com.ua/ru/company> (дата звернення: 01.12.2018).

20. Grammarly Kyiv. Офіційний сайт. URL: www.grammarly.com/culture (дата звернення: 01.12.2018).

21. Агроіндустріальний холдінг «МХП». Офіційний сайт. URL: <https://www.mhp.com.ua/ru/operations/grain> (дата звернення: 01.12.2018).

22. Державний концерн «Укроборонпром». Офіційний сайт. URL: <http://ukroboronprom.com.ua/uk/media/dk-ukroboronprom-ta-difku-pidpysaly-memorandum-shhodo-pidtrymky-innovatsijnyh-proektiv.html> (дата звернення: 01.12.2018).

23. Інтернет-магазин «Розетка». Офіційний сайт. URL: https://trademaster.ua/v_proizvodstve/312834 (дата звернення: 01.12.2018).

24. Захарова О.В. Регіональні особливості поширення принципів неперервної освіти в Україні. *Науковий вісник Чернівецького університету*: зб. наук. праць. Вип. 797. Економіка. Чернівці: ЧНУ, 2018. С. 32-41.

2.3. Комплаєнс-контроль інноваційної діяльності підприємства

Вітчизняна економіка на сучасному етапі свого розвитку нагально потребує радикальних структурних змін, що, на нашу думку, можливо тільки за рахунок формування та запровадження інноваційної моделі розвитку вітчизняної економіки і в першу чергу машинобудівних підприємств. Економічне відродження та прискорений інноваційний розвиток сфери машинобудування має сенс лише при здійсненні масштабних капіталовкладень у стратегічні напрямки їх діяльності, ефективної комерціалізації результатів власних інноваційних розробок та трансферу необхідних для свого виробництва прогресивних технологій. Проведені нами дослідження дають підстави зробити висновок про те, що в інноваційній сфері промислових підприємств є низка важливих проблем, пов'язаних з наявністю на підприємствах проявів корупції, шахрайства, нечесного ведення підприємницько-комерційної діяльності. Вважаємо, що в сфері інтелектуально-інноваційної діяльності можуть бути наступні негативні прояви при отриманні, комерціалізації та споживанні позитивних результатів роботи:

➤ корупційні прояви при розподілі замовлень на виконання

ВИСНОВКИ

Узагальнюючи викладене слід зазначити, що отримані наукові результати, висновки і рекомендації у сукупності формують підґрунтя організаційно-економічного механізму комерціалізації інноваційної продукції вітчизняних суб'єктів господарювання різних рівнів узагальнення та галузей економіки.

Авторами поглиблено і доповнено теоретико-методологічні засади формування моделі інноваційного розвитку України на загальнодержавному, регіональному рівнях, а також рівні окремих підприємств. Уточнено сутність, зміст, а також основні етапи комерціалізації інновацій як завершальної стадії інноваційної діяльності.

Істотно удосконалено теоретико-методичні засади управління комерціалізацією інновацій, суттєво розширено інформаційне наповнення системи управління.

Значної уваги приділено логістичному забезпеченню комерціалізації інновацій. Зокрема: уточнено роль маркетингу і логістики в системі просування інноваційної продукції на регіональні ринки; поглиблено теоретичні засади збутової діяльності інноваційно-активних підприємств; удосконалено підходи до оцінювання і вибору посередників при комерціалізації товарів, а також методи діагностики ланцюгів поставок тощо.

Розкрито роль маркетингових комунікацій в системі комерціалізації інноваційної продукції, у т.ч.: інструментів маркетингових інтернет-комунікацій; вербальних засобів непрямой комерціалізації інноваційної продукції; комунікаційних інструментів формування іміджу.

Досліджено і систематизовано маркетингові інновації, що сприяють комерціалізації інноваційної продукції. Запропоновано ряд оригінальних удосконалень традиційних інструментів комерціалізації інновацій.

Не залишилися без уваги авторів і прикладні аспекти комерціалізації інновацій у різних галузях економіки, зокрема у харчовій промисловості України і сфері освіти.

Звичайно, виконані авторами дослідження потребують продовження. Автори сподіваються, що точніше окреслити напрямки подальших досліджень допоможуть критичні незаангажовані зауваження колег, які ми сподіваємося отримати.

Наукове видання

**Інструменти та методи
комерціалізації інноваційної продукції**

Монографія

Головні редактори: С.М. Ілляшенко,
О.А. Біловодська
Художнє оформлення обкладинки: Ю.Ю. Леонєць
Технічний редактор: О.О. Ткачов
Комп'ютерна верстка та макетування: О.О. Ткачов
Опрацювання матеріалу, підготовка до друку,
друк: ФОП Ткачов О.О.

Підписао до друку 14.12.2018 р.
Формат 60x84/16. Папір офсетний.
Умовн.-друк. арк. 22,2. Обл.-вид. арк. 20,59.
Тираж 100 прим.

ТОВ «Триторія»
майдан Незалежності, б. 3, оф. 420, м. Суми, 40030, Україна
<http://www.mt.co.ua/book>

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру
видавців, виготівників і книгорозповсюджувачів видавничої продукції: Серія
ДК № 5222 від 28.09.2016 р.