

4. Про франчайзинг : проект Закону України від 08.11.2001 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_2?skl=4&pf3516=8241.
5. Суковатий О. В. Особливості реалізації франчайзингу в Україні / О. В. Суковатий // Проблеми науки. – 2007. – № 2. – С. 14–18.
6. Франчайзинг : навч. посіб. / О. Є. Кузьмін, Т. В. Мирончук, І. З. Салата, Л. В. Марчук. – К. : Знання, 2011. – 267 с.

7. Франчайзинг в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.franchise-kooperation.com>.
8. Цивільний кодекс України: коментар / [за заг. ред. Є. О. Харитонова, О. М. Лапітенко]. – Х. : Одисей, 2003. – 856 с.
9. Цират А. В. Франчайзинг от А до Я: Терминологический словарь / А. В. Цират, Е. А. Кривонос. – К. : Ассоциация франчайзинга, 2004. – 60 с.

Надійшла до редколегії 19.10.12

М. Ситницький, канд. экон. наук, асист.
Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, Киев

ФРАНЧАЙЗИНГ В СФЕРЕ КУЛЬТУРИ

Обоснована актуальность развития франчайзинговых отношений в сфере культуры в Украине, предложено авторское определение "франчайзинга в сфере культуры" как экономической категории и систематизированы, основные преимущества и недостатки франчайзинга в сфере культуры.

Ключевые слова: франчайзинг, культура, франшиза, франчайзи, коммерческая концессия, франчайзинг в сфере культуры.

M. Sitnitskiy, PhD, Assistant Professor
Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv

FRANCHISING IN CULTURE

The urgency of franchise relations in the sphere of culture in Ukraine is grounded, the author definition of "franchise in culture" as an economic category is proposed and the main advantages and disadvantages of franchising in culture are systematized.

Keywords: franchising, culture, franchise, franchisee, commercial concession, franchising in culture.

УДК 330.341.1

А. Маслюківська, асп.
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ

ІННОВАЦІЙНА ТЕОРІЯ ЙОЗЕФА ШУМПЕТЕРА: ВІД КЛАСИЧНОГО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ "ІННОВАЦІЯ" ДО СУЧАСНОГО РОЗУМІННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ІДЕЙ

У статті досліджено еволюцію виникнення та класичне визначення поняття "інновація". Розглянуто основні положення інноваційної теорії Йозефа Шумпетера та їх сучасне розуміння.

Ключові слова: інновація, інноваційна теорія, типи інновацій, Йозеф Шумпетер.

Нині тема інновацій посідає чи не найперше місце при обговоренні питань розвитку як економічної системи окремої країни, так і суспільства загалом. Принципового значення набувають не тільки питання освоєння та впровадження сучасних досягнень науки та техніки, але й розробка нових концепцій, підходів та систем управління інноваційною діяльністю на підприємствах за умов ризику і невизначеності, які невід'ємно пов'язані з інноваційними процесами.

Панорама відповідних досліджень вітчизняних і закордонних науковців є досить широкою. У науковій сфері дана проблематика знайшла відображення у працях як вітчизняних, так й іноземних учених, зокрема В. Александрової, О. Амоші, Ю. Бажала, І. Єгорова, А. Гальчинського, В. Гейця, О. Жилінської, О. Кузьміна, В. Соловйова, Д. Черваньова, Л. Федулової, П. Друкера, П. Завліна, М. Портера, Б. Твіса, Р. Фатхутдінова, Р. Фостера, М. Хучека, Ю. Яковця та ін.

Головною проблемою, що гальмує розвиток високо-технологічного сектору економіки, залишається неналежне фінансування, недостатньо ефективна державна інноваційна політика, відсутність інноваційної культури та якісної системи мотивації та управління інноваційною діяльністю на мікро- та макrorівнях, що ускладнює отримання економічного ефекту у вигляді формування завершених інноваційних пропозицій та їх реалізації у сферах вітчизняної економіки.

Метою статті є дослідження класичного визначення поняття "інновація" та сучасне трактування інноваційних поглядів науковця Йозефа Шумпетера.

Для того, щоб дати точне й обґрунтоване визначення терміну "інновація", потрібно прослідкувати основні етапи його виникнення та становлення, дослідити історичний аспект, зрозуміти, коли саме інновація формується як самодостатній та визначений об'єкт.

Її перший, "зародковий", етап відповідає часам (кінець ХІХ ст.), коли самого поняття ще не існувало, а

для позначення явищ, пов'язаних із впровадженням (появою) чогось нового і відповідними змінами виробничо-технологічного характеру, використовувалися суттєві терміни – "нововведення" (окреме статичне явище) і "технічний прогрес" (поступовий кумулятивний, або стрибкоподібний процес) [3].

Слід відзначити, що неявна увага до зазначених аспектів економічної дійсності спостерігається ще в міфах Стародавнього світу, де створення нового й унікального розглядається виключно як акт божественної волі, а не право людей на творчість.

Антична філософія є толерантною до творців і новаторів. У ній знаходить відображення дуалізм сприйняття буття античним світоглядом. З одного боку, воно вважається вічним, незмінним і нескінченим (Платон, Демокрит). А з іншого – буття кінцевим, мінливим і скороминучим (Геракліт, Арістотель). Й ініціатором цієї мінливості потенційно може бути людина. Проте свідомо щось змінювати не доцільно, оскільки будь-яка діяльність, зокрема творчо-інноваційна, за своїм онтологічним значенням суттєво поступається філософському пізнанню світу [3].

Вивільнення від усіх обмежень відбувається в епоху Відродження, коли вищою формою творчості та новаторської діяльності проголошується мистецтво в широкому сенсі [3; 4].

В економічну науку проблематику нововведень, уже відмежовану від теми творчості та частково позбавлену філософсько-релігійної підтримки, вводять меркантилісти. Узагальнюючи ідеї та досвід новонародженого капіталізму, ґрунтуючись переважно на відображенні його поверхових форм і концентруючись на варіантах примноження національного багатства, вони під цим кутом зору розглядають і роль державних політичних новацій.

Становлення індустріалізму ініціює народження теорій інновацій у межах класичної політичної економії. Перенесення аналізу у сферу виробництва, поглиблене

дослідження внутрішніх закономірностей економічної системи, об'єктивних законів її функціонування і розвитку дозволяє спочатку класикам, а пізніше К. Марксу визначити нововведення як головну рушійну силу економічного прогресу [1, с. 9–10].

Наступний етап розвитку теорії інновацій – етап становлення – розпочинається наприкінці XIX ст. з її категоріальної визначеності, відколи у працях культурологів для характеристики одного з наслідків культурного дифузійнізму – процесу перенесення елементів однієї культури в іншу – з'являється порівняно вузьке за змістом поняття "інновація". У цьому аспекті воно поза-економічне й ототожнюється не з новоутвореннями, а лише з копіюванням іншого досвіду, традицій і моделей поведінки інших культур [1, с. 10–11].

До економічної теорії та практики термін "інновація" потрапляє з "легкої руки" вченого-економіста Йозефа Шумпетера. У своїй роботі "Теорія економічного розвитку" 1912 р. він уперше визначив інновацію як "нову комбінацію", що означає іншу якість засобів виробництва та досягається не шляхом дрібних поліпшень старого устаткування чи наявної організаційної схеми, а дискретно, поруч з ними через введення нових засобів виробництва та систем його організації [5, с. 327]. Для пояснення механізму підприємницьких циклів австрійський науковець використовує поняття "інновація", визначаючи його як "нову функцію виробництва – утворююче руйнування" і пропонує диференціацію за об'єктами втілення. Й. Шумпетер у своїй теорії виділяє 5 основних типів інновації [7, с. 47–48]:

- виробництво нового продукту або продукту з якісними новими властивостями (продуктова інновація);
- упровадження нового засобу виробництва, в основу якого покладено нове наукове відкриття або новий підхід до комерційного використання продукції (технологічна чи процесна інновація);
- освоєння нового ринку збуту, незалежно від того, існував цей ринок раніше чи ні (збутова інновація);
- залучення нових джерел сировини, незалежно від того, існували ці джерела раніше чи ні (сировинна інновація);
- упровадження нових організаційних форм (організаційна інновація).

Значним кроком уперед стає також вихід на конкретні практичні рекомендації суб'єктам господарювання щодо принципів інноваційної поведінки і розкриття Й. Шумпетером системної природи інновацій, їхнього статико-динамічного дуалізму. Ці ідеї не втратили своєї актуальності й до сьогодні.

На думку науковця, великий технічний поштовх, як снігова куля, що котиться з гори, супроводжується супутніми змінами, що приводить до загального та довгострокового економічного піднесення. Однак супутні йому масові інвестиції, що обумовлюють зростання масового виробництва, є разом із тим фактором, що сповільнює нововведення. Таке сповільнення послаблює, а потім і зводить до нуля ефект від інновацій. Тоді настає рецесія, і тільки нові великі нововведення стають імпульсом до наступного промислового піднесення [5, с. 328].

На думку Й. Шумпетера, економічний розвиток завжди має ступеневий і нерівномірний характер і постійно зазнає на своєму шляху труднощів. Тому стан ринкової рівноваги – це лише теоретична конструкція, оскільки конкуренція являє собою постійний "процес творчого руйнування", при якому нові та якісно кращі технології та вироблені за їх допомогою товари витісняють застарілі технології і товари. Історія капіталізму – це історія творчого руйнування, вважає Й. Шумпетер [4].

Слід визначити ще одне важливе відкриття Й. Шумпетера: дана властивість людської природи – пристрасть до винахідництва і нововведень – не завжди збігається з прагненням до наживи. Такий тип винахід-

ника-підприємця отримав у Й. Шумпетера назву "новатора". Генератором процесу "творчого руйнування" (або ще – "утворюючого руйнування") є романтик-одиночка, підприємець-винахідник, новатор. Його винаходи і нововведення автономні. Це означає, що інновації з'являються не тому, що в споживачів змінилися смаки і з'явилися нові потреби. Інновації створюють можливість лише тому, що існують діяльнісні й творчо обдаровані новатори. У сучасному світі, з його швидкими темпами розвитку виробництва нових товарів та випуску їх на ринок, знаходимо безліч прикладів даної тези науковця, що ще раз підтверджує актуальність проголошених ідей в умовах сьогодення. Адже, наприклад, той самий мобільний телефон, портативний комп'ютер, планшет і т.д. виникли не тому, що хтось зі споживачів прийняв для себе рішення, що йому вкрай необхідно мати для користування пристрій такого типу. Усі ці "новинки" потрапили на ринок лише тому, що з'явився той самий обдарований новатор і створив спочатку нову потребу в суспільстві, а вже потім новий продукт для існуючої потреби. Часто саме інновації формують нові потреби і вимоги у споживача, у результаті чого і виникають окремі типи інновацій, описані науковцем у своїй теорії.

Розпочинаючи інноваційну діяльність, новатор прислухається до свого природного творчого інстинкту, мета його – досягнення успіху й почуття морального задоволення. Але для поширення інновацій на інші підприємства й галузі економіки велике значення має одержання високого прибутку (надприбутку) [4].

Учений переконаний, що й економічне зростання, і сам розвиток можна пояснити лише успішною діяльністю новаторів. Саме нові винаходи примножують продуктивні сили та уможливають економічний прогрес. Інноваційний потенціал підприємств – це і є внутрішній потенціал розвитку суспільства. Ні поліпшення ситуації на стороні попиту, ні позитивні зрушення на стороні пропозиції, ні заходи державного регулювання в галузі циклічної, фінансової або податкової політики не здатні викликати економічне піднесення. Тільки нововведення підприємців можуть давати справжні прибутки, тільки вони стають джерелами нового господарського піднесення, що породжує нову хвилю інновацій [2].

Ця теза Й. Шумпетера викликала особливий інтерес з боку представників економічної соціології. Науковець стверджує, що саме інноваційна функція новаторів-одиночок, підприємницької еліти стає необхідною умовою успішного розвитку сучасної індустріальної системи. Не принцип "невидимої руки" (як вважав А. Сміт), не докорінні перетворення соціально-економічних структур (за К. Марксом), не історичні закономірності (історична школа), а саме інноваційний потенціал творчої меншості створює основу індустріального розвитку [1, с. 34–35].

Автор розрізняє "фактори зміни, які є ендогенними, і ті, які є екзогенними" [8, с. 115–116]. Війни, революції, соціальні заворушення, урядова політика, землетруси та вирощування сільськогосподарських культур вважаються екзогенними. Для розуміння ендогенних факторів необхідно збагнути його бачення "теорії економічного розвитку". "Під розвитком слід розуміти лише такі зміни господарського кругообігу, які економіка сама породжує, тобто тільки випадкові зміни "наданого самому собі", а не такого народного господарства, що приводиться в рух імпульсами ззовні" [4]. Розвиток – це процес переривчастих змін і динамічної нерівноваги, викликаних інноваціями: "здійснення нових комбінацій" [4]. Інновація відрізняється від винаходу, який є, так би мовити, сирим матеріалом для інновації. "Особи, які вводять нові виробничі функції, які відрізняються від відтворених старих виробничих функцій і змінюють пропорції і кількість факторів виробництва в межах останніх, називаються підприємцями" [4]. Інновації вимагають значно

більших зусиль, ніж звичайне ведення бізнесу тому, що передбачають впровадження невипробуваного.

Таким чином, інновацію можна визначити як кінцевий результат ринкової реалізації впровадженого у певній сфері діяльності оформленого результату ДІР із отриманням комплексу ефектів, зокрема комерційного. Інновації є основою розвитку, його рушійною силою та результатом водночас. Це досить складна категорія, яка на сьогоднішній день вивчається та досліджується у всіх сферах людської життєдіяльності, не обмежуючись лише економічною.

Перспективи подальших досліджень полягають у вивченні можливих напрямів впливу впровадження інновацій та активізації інноваційної діяльності на розвиток виробничих відносин, рівень конкурентоспроможності та рівень економічного розвитку загалом.

Список використаних джерел

1. Бажал Ю. М. Економічна теорія технологічних змін : навч. посібн. / Ю. М. Бажал. – К. : Заповіт, 1996. – 345 с.
2. Життя і творчість Йозефа Алоїза Шумпетера [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://iee.org.ua/ua/great_scientist/2.
3. Завгородня О. О. Теорія інновацій: проблеми розвитку та категоріальної визначеності [Електронний ресурс] / О. О. Завгородня. – Режим доступу: http://www.ief.org.ua/Arjiv_ET/Zavgorodnya406.pdf.
4. Йозеф Алоїс Шумпетер (Joseph Alois Schumpeter) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://visionary.management.com.ua/management/jozef-alois-shumpeter-joseph-alois-schumpeter/>.
5. Міждисциплінарний словник з менеджменту : навч. посіб. / [за ред. Д. М. Черваньова, О. І. Жилінської]. – К. : Нічлава, 2011. – 624 с.
6. Стадник В. В. Інноваційний менеджмент : навч. посіб. / В. В. Стадник, М. А. Йохна. – К. : Академвидав, 2006. – 464 с.
7. Управління інноваціями в сучасній організації / під ред. В. А. Євтушевського. – К. : Нічлава, 2006. – 359 с.
8. Шумпетер Й. Теорія економічного розвитку (Исследование предпринимательской прибыли, кредита, процента и цикла конъюнктуры) / Й. Шумпетер ; [пер. с нем.]. – М. : Прогресс, 1982. – 453 с.

Надійшла до редколегії 12.10.12

А. Маслюковская, асп.

Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, Киев

ИННОВАЦИОННАЯ ТЕОРИЯ ЙОЗЕФА ШУМПЕТЕРА: ОТ КЛАССИЧЕСКОГО ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПОНЯТИЯ "ИННОВАЦИЯ" К СОВРЕМЕННОМУ ПОНИМАНИЮ ИННОВАЦИОННЫХ ИДЕЙ

В статье исследована эволюция возникновения и классическое определение понятия "инновация". Рассмотрены основные положения инновационной теории Йозефа Шумпетера и их современное понимание.

Ключевые слова: инновация, инновационная теория, типы инноваций, Йозеф Шумпетер.

A. Masliukivska, Doctoral Student

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv

THE INNOVATION THEORY OF JOSEPH SCHUMPETER: FROM THE CLASSICAL DEFINITION OF THE TERM "INNOVATION" UP TO THE MODERN UNDERSTANDING OF THE INNOVATION IDEAS

The paper studies the evolution of the appearance of the term "innovation" and its classical definition. The study exposes the main provisions of innovation theory of Joseph Schumpeter and their modern understanding.

Keywords: innovation, innovation theory, types of innovation, Joseph Schumpeter.

УДК 338.242.2

А. Вікулова, асп.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ

АСПЕКТИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

Визначено особливості ринкової реалізації результатів наукових розробок та недоліки, які спричиняють подвійне розуміння і неузгодженість окремих положень законодавства. На цій підставі виявлено умови формування в Україні організаційно-економічного механізму комерціалізації науково-технічних розробок.

Ключові слова: комерціалізація, інноваційна діяльність, інтелектуальна власність, науково-технічні розробки.

У сучасному світі рівень економічного розвитку та темпи економічного зростання країн зазвичай визначаються значимістю науково-технічного прогресу в інтелектуалізації виробництва. Науково-технічна діяльність нині стала повсякденністю мільйонів фахівців, зайнятих у ній, її результати різносторонньо впливають на життєдіяльність мільярдів людей на планеті, процесі її розвитку є об'єктом державного регулювання в розвинених країнах, і країнах, що намагаються інтенсифікувати свій соціально-економічний розвиток, незалежно від того, коли в них були започатковані перші традиції у цьому виді людської діяльності [1, с. 5]. У сучасному світі рівень економічного розвитку та темпи економічного зростання країн зазвичай визначаються значимістю науково-технічного прогресу в інтелектуалізації виробництва. Незважаючи на наявність значних наукових розробок і високий рівень освіти кадрів науково-дослідних інститутів, з боку держави досі не розроблені чіткі механізми для створення нормативно-правового поля, здатного забезпечити комерціалізацію об'єктів інтелектуальної власності.

Вітчизняні та зарубіжні економісти і дослідники інноваційних процесів приділяють значну увагу дослідженню чинників формування науково-технічного потенціалу. Так, вагомий внесок у розвиток теоретичних та прикладних аспектів економіки та управління науково-

технічними потенціалом зробили вчені-економісти Д. М. Черваньов, В. Д. Базилевич, О. І. Жилінська, В. М. Геєць, Л. К. Безчасний, Ю. М. Бажал, В. П. Соловійов, С. Ю. Глазьев, Н. П. Гончарова. Серед зарубіжних дослідників слід відзначити роботи Й. Шумпетера, Б. Санто, Б. Твісса, Р. Хафмаєра, Б. Лундвалла, С. Фрімана, Г. Менша, Я. Н. Грика, Є. А. Монастирного. Науковці одностайні у своїх висновках, що перетворення науково-технічного потенціалу на основну рушійну силу економічного зростання держави можливе лише на основі формування ефективного організаційно-економічного механізму комерціалізації науково-технічних розробок.

Мета дослідження – визначити суть процесу комерціалізації інтелектуальної власності та її характерні особливості; на основі аналізу теоретичних і нормативних засад управління сучасними інноваційними процесами визначити умови формування в Україні організаційно-економічного механізму комерціалізації результатів науково-технічної діяльності.

Комерціалізація технологій є найважливішим елементом інноваційного процесу, оскільки вона являє собою процес перетворення результатів науково-технічної діяльності на товар і подальшу їх ефективну реалізацію в промислових масштабах. На сучасному