

УДК 338.24:330.341

**РИНОК ІННОВАЦІЙ В УКРАЇНІ ТА ХАРАКТЕРИСТИКА ІННОВАЦІЙНИХ
СТРАТЕГІЙ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ**

*Ю. Г. Горященко, к. е. н., доцент, Університет митної справи та фінансів,
julia.goryaschenko@gmail.com*

Б. С. Байов, студент, Університет митної справи та фінансів, b.baiov@ukr.net

У статті проаналізовано ринок інновацій в Україні. Досліджено сучасний стан інноваційного розвитку українських промислових підприємств. Визначено альтернативи інноваційних стратегій для вітчизняних підприємств та показано їх пріоритетні типи з урахуванням впливу внутрішнього та зовнішнього середовища.

Ключові слова: інновації, стратегія, інноваційна стратегія підприємства, ринок інновацій в Україні, інноваційний розвиток.

Постановка проблеми. Промислове виробництво в Україні складає майже 50%

ВВП та забезпечує робочими місцями приблизно чверть населення країни. Саме тому ефективна діяльність підприємств даного сектору є одним із найбільш потужних чинників економічного зростання національної економіки. При цьому вирішального значення набуває інноваційний розвиток промислових підприємств, який сприяє зростанню їх прибутковості, створює засади високої конкурентоспроможності.

Реалії свідчать, що на жаль, Україна від року до року уповільнює темпи економічного розвитку і, особливо, його інноваційної складової. Поточний стан вітчизняного промислового комплексу не відповідає світовим викликам конкуренції, глобалізації, посилення постіндустріального вектора розвитку суспільства. В ньому майже відсутні потужні національні та транснаціональні компанії, промислово-фінансові групи, науково-технічні центри, технологічні інкубатори, венчурні фірми та кластери. Все це актуалізує дослідження проблем інноваційного розвитку та вимагає розробки дієвих напрямів підвищення інноваційності як на рівні окремих підприємств, так і економіки вцілому.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблема управління інноваційним розвитком підприємств досліджується багатьма вітчизняними та зарубіжними вченими. Серед закордонних вчених, що розглядали цю проблему варто відзначити І. Ансоффа [1], М. Портера [2], Дж. Стрікланда [3], Й. Шумпетера [4] та інших. Питання розвитку інноваційних процесів та інноваційного розвитку розглядаються в працях таких вітчизняних вчених, як І. Зятковський [5], Є. Лазарєва [6], Л. Федулова [7], В. Чубай [8].

Незважаючи на значну увагу науковців до даної проблематики, все ще не можна вести мову про остаточне вирішення питань активізації інноваційної діяльності в Україні. Макроекономічна нестабільність, спричинена фінансово-економічними та політичними кризами ХХІ ст., видозмінює внутрішнє та зовнішнє середовище діяльності промислових підприємств і змінює умови забезпечення інноваційного розвитку. Вивчення цих умов та розробка наукових підходів щодо обрання ефективних інновацій-

них стратегій промисловими підприємствами вимагає пильної уваги науковців та подальших досліджень у даному напрямку.

Формулювання мети статті. Метою даного дослідження є аналіз ринку інновацій в Україні, дослідження сучасного стану інноваційного розвитку вітчизняних промислових підприємств та ідентифікація конкретних інноваційних стратегій з урахуванням впливу внутрішнього та зовнішнього середовища.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ринок інновацій, як і будь-який інший ринок – це економічна система, у рамках якої відбувається узгодження і реалізація економічних інтересів між продавцями і покупцями за допомогою механізму ринкових цін. Він належить до одного зі спеціалізованих видів ринку [9, с.129].

За показником інноваційності економіки, який визначається як міра впливу досліджень науки та їх практичного впливу на економічне зростання, Україна знаходиться у межах 10–12%. В світовій практиці початкова межа інноваційної моделі розвитку економіки визначається на рівні 40%. В індустріально розвинених країнах роль науково-технічного прогресу (НТП), інтелектуалізації виробництва та активного проведення інноваційних процесів надзвичайно велика. За оцінками фахівців, частка нових технологій у розвинених країнах дорівнює близько 85 % приросту ВВП [10, с.5].

Незадовільний стан інноваційної сфери в країні, а отже, і низька конкурентоспроможність української економіки засвідчується дослідженнями зарубіжних інституцій. Спираючись на дані міжнародної школи INSEAD та Всесвітньої організації інтелектуальної власності у 2016 Україна в рейтингу з 141 країни за індексом інновації посіла 56 місце, між Монголією та Байхрейном [11, с.20].

Найбільше коштів на дослідження і розробки виділяє США. Згідно з даними рейтингу Global Competitiveness Index, Америка кожного року витрачає на науку \$405 млрд (до 2,7% ВВП). Другу позицію займає Китай, у якого обсяги фінансування науково-дослідницької діяльності на рівні \$338 млрд на рік (2,1% ВВП за паритетом купівельної спроможності). Японія виділяє на

інновації \$160 млрд (3,67%). Для порівняння: в Україні за 2015-й із бюджету було направлено на підтримку досліджень 16 млрд гривень, або всього 0,8% ВВП. А за загальною кількістю інвестицій у наукові дослідження наша країна посіла 76-те місце у світі [12].

Національна економіка розвивається без належного використання новітніх знань. Подібні процеси формуються під впливом сукупності факторів. Насамперед, кількості наукових кадрів та організацій, де створюються інновації. Ці показники мають сталу тенденцію до скорочення, хоча в окремі роки його темпи відрізняються. Особливо відчутними з 2000 року ці тенденції були у 2014 та 2015 роках. Їх наслідком стало скорочення чисельності науковців із 120773 до 63864 осіб та кількості організацій, що виконують наукові дослідження й розробки з 1490 до 978 відповідно. І хоча обсяги виконаних наукових та науково-технічних робіт у фактичних цінах у досліджуваному періоді зростали, їх частка у ВВП щорічно знижувалася: з майже з 1,2% ВВП у 2000 р. до 0,8% у 2015 р. [13, с. 123–124].

В досить важкому фінансовому стані опинились промислові підприємства, приблизно половина з яких є збитковими. Скрутне становище унеможливорює оновлення зношених основних виробничих фондів. Частка застарілого устаткування у певних галузях промисловості становить 60–70%. Відсталі технології, які переважають в промисловості, призводять до високого рівня

споживання матеріалів та енергоресурсів, яке у 4–5 разів вище, чим у розвинених країнах. Масштаби застосування ефективних розробок у виробництві вітчизняних промислових підприємств є дуже низькими, про що свідчить співвідношення між обсягами витрат на науково-технічну діяльність та використанням результатів цього впровадження, трансформованих в інновації, у виробництво: в Україні воно становить лише 1:1,06, в той час як за кордоном таке співвідношення становить 1:10 [14].

Спираючись на статистику впровадження інновацій на українських підприємствах, можна оцінити їх інноваційний розвиток. Динаміка впровадження та реалізації інновацій промисловими підприємствами за період 2010–2015 рр. представлена в табл.1.

Питома вага підприємств, що впроваджували інновації протягом аналізованого періоду є незначною, максимум – 15,2% від загальної кількості. В цілому, починаючи з 2010 року є тенденція до стійкого збільшення інноваційної активності. В 2014 році питома частка підприємств, що впроваджували інновації скоротилась на 1,5% в порівнянні з 2013 роком. Скоріш за все падіння зумовлено економіко-політичною кризою, значним рівнем інфляції тощо. Проте після важкого періоду в 2015 році спостерігається значний стрибок інноваційної активності серед підприємств на 3,1% у порівнянні з 2014 роком і сам цей результат є найвищим за весь аналізований період.

Таблиця 1

Динаміка впровадження інновацій на промислових підприємствах

Рік	Питома вага підприємств, що впроваджували інновації, %	Впроваджено нових технологічних процесів, процесів	у т.ч. маловідходні, ресурсозберігаючі	Впроваджено виробництво інноваційних видів продукції, найменувань	Питома вага реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової, %
2010	11,5	2043	479	2408	3,8
2011	12,8	2510	517	3238	3,8
2012	13,6	2188	554	3403	3,3
2013	13,6	1576	502	3138	3,3
2014	12,1	1743	447	3661	2,5
2015	15,2	1217	458	3136	1,4

Джерело: Державна служба статистики України [15].

В свою чергу показник впровадження нових технологічних процесів має стійку тенденцію до скорочення, пікове значення спостерігається в 2011 році – 2510 процесів.

В 2015 році впроваджено лише 1217 процесів, що в 2,1 менше, ніж в 2011 році. Наймовірними темпами скорочується питома вага реалізованої інноваційної продукції в обсязі

промислової. Впродовж 2010–2013 років він коливався на рівні 3,3–3,8%, вже в 2014 питома вага знизилась до 2,5%, а в 2015 році ще на 1,8 рази у порівнянні з минулим роком.

Гострою і до сих пір невирішеною залишається проблема зниження енергоємності промислового виробництва, яке безпосередньо впливає на собівартість продукції. Частка впроваджених ресурсозберігаючих процесів скорочується з кожним роком, з 554 в 2012 році до 458 в 2015 році.

Однією з найбільш глобальних проблем в контексті інноваційного розвитку в Україні є недостатнє розуміння суті інновації на законодавчому рівні. Закон України про «Про інноваційну діяльність» від 04.07.2002 р. № 40-IV (ст. 266) трактує поняття «інновація» досить вузько: «інновації – 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» [16]. Відповідно такої думки дотримується більша частка керівних вітчизняних підприємств. Проте, спираючись на міжнародний досвід, а саме на найвідоміший міжнародний документ, який регламентує основні поняття у сфері інноваційної діяльності, – «Керівні вказівки Осло (Proposed Guidelines for Collecting and Interpreting Technological Innovation Data: Oslo Manual. Paris: OECD, Eurostat, 1997–2005). Документ був підготовлений Організацією економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) разом з Євростатом і містить рекомендації щодо статистики інновацій, міжнародні статистичні стандарти [17]. Порівнюючи українські та закордонні офіційні документи, можна констатувати, перші розглядають інновацію як результат інноваційної діяльності, другі – як діяльність, процес змін.

Єдиним вірним шляхом подолання окресленої нами, на основі офіційних статистичних даних, кризи в якій опинилися вітчизняні підприємства є перехід до інноваційної моделі розвитку. Як показує практика і проведені дослідження (зокрема, американським науковцем, професором Маса-

чусетського університету Грехемом Морбі [18, с. 20–24]), прибутковість виробництва, підприємства та бізнесу на пряму залежить не від абсолютних затрат на НДДКР (основи інновацій), як від забезпечення їх ефективного використання згідно із обраною найбільш раціональною інноваційною стратегією.

Спираючись на наукові праці К. Фрімена [19, 12], можна виділити певні альтернативи інноваційної стратегії для підприємства.

Фрімен виділяє 7 типів стратегій:

- традиційна;
- імітаційна;
- наступальна (агресивна);
- оборонна (захисна);
- опортуністична;
- залежна;
- змішана [19, с. 330–348; 20, с. 126–167].

Традиційна стратегія передбачає підвищення якості існуючих продуктів на поточній технологічній базі, фактично означає відсутність будь-яких радикальних технологічних змін на підприємстві. Це не означає повну відмову від інновацій, на підприємстві можуть закріплюватися певні інноваційні форми на тривалий період життєвого циклу. Традиційна стратегія зазвичай обирається фірмами, які мають стійку позицію на ринку через унікальність продукту або відсутність конкуренції. Зазвичай ця стратегія застосовується підприємствами у фрагментарних галузях, наприклад, у сфері ресторанного або готельного бізнесу, автосервісу та будівельній індустрії де попри традиційність задоволення попиту форма та якість їх продукції постійно удосконалюються. В Україні це насамперед підприємства металургії, вугільної промисловості, монополісти типу «Нафтогаз», «Укрзалізниця».

Імітаційна стратегія пов'язана із копіюванням технології виробництва продукції підприємств-новаторів, лідерів ринку. Вона може реалізовуватися шляхом або придбання ліцензій у лідерів галузі та мінімальних витрат на власні НДДКР, або повним імітуванням інноваційного продукту, проте у випадку коли підприємство має достатньо технологічних знань для випуску такої про-

дукції. Імітаційна стратегія вимагає модернізацію специфікацій продукту, нижчу вартість, ніж у лідера галузі, яка досягається через використання більш дешевих матеріалів, робочої сили тощо. Успіх можливий за умов:

- високої спеціальної кваліфікації науково-технічного персоналу, який в змозі опанувати та модернізувати інновацію;
- безперервної підтримки досягнутого рівня;
- знання кон'юнктури відповідних ринків;
- наявності виходу у світовий інформаційний простір;
- ідентифікації успіхів та невдач підприємств-новаторів.

Стратегія імітації використовується для реалізації загальної стратегії стабілізації підприємствами, які не є новаторами у випуску на ринок певних нововведень, про долучаються до їх виробництва шляхом придбання ліцензій у підприємств-лідерів галузі. Вона слугує для підприємств-імітаторів можливістю для оптимального поєднання дешевих ресурсів із, що сприятиме підвищенню науко місткості та технологічності виробництва такого підприємства, його потенціалу та зміцненню його ринкових позицій. На вітчизняному ринку подібну стратегію реалізують підприємства харчової та легкої промисловості, виробники фармацевтичної продукції, побутової техніки. Український агросектор є прикладом успішного застосування імітаційної стратегії: підприємства із виробництва та фасування олії, соусів тощо.

Наступальна (агресивна) стратегія – бути лідером ринку за рахунок найвищого рівня інноваційного процесу та безпосереднього створення і впровадження нових продуктів, кваліфікованих кадрів, можливостей до розподілу ризику та інших конкурентних переваг. Вона охоплює активні НДДКР, які зорієнтовані на маркетинг; стратегії злиття та придбання тощо. Потребує кредитних інвестицій, а відповідно, високого фінансового потенціалу підприємства, кваліфікованого персоналу та креативного науково-технічного потенціалу. Передбачає тісний зв'язок підприємства із передовими досягненнями науки і техніки; пряму залежність

від наукових розробок, які фінансуються та реалізуються самим підприємством (наявність власного наукового доробку); можливість підприємства швидко реагувати та пристосовуватися до нових технологічних можливостей. Оскільки в основі даної стратегії лежить прагнення підприємства досягти ринкового та технічного лідерства на основі розробки, створення та впровадження нових продуктів, вона має передбачити відповідний комплекс заходів, необхідних для створення нових сфер діяльності та визначення шляхів виходу на нові позиції:

- чітке прогнозування умов попиту в майбутньому;
- ідентифікація змісту та характеру внутрішніх складових, необхідних для розвитку фірми;
- визначення економічних джерел, необхідних для виробництва нових товарів та послуг;
- виявлення нових видів продукції, яким необхідно доповнити вже існуючу номенклатуру продукції підприємства;
- визначення частки основної продукції серед нових товарів та послуг;
- вибір організаційних способів створення нових виробництв (поглинання інших підприємств шляхом придбання, злиття з підприємствами, що виготовляють необхідні комплектуючі, створення нових виробництв власними силами через наукові дослідження і розробки та реалізацію підприємницьких проектів).

Наступальну стратегію застосовують для реалізації загальної стратегії зростання. Безперечно, існують як переваги, так і ризики, що пов'язані щ лідерством в галузі, проте саме переваг значно більше серед яких:

- зайняти велику частку ринку завдяки розробленій інноваційній технології;
- створення тимчасової монополії при патентному захисті розробок.

Стратегія може застосовуватися як великими, так і малими інноваційними (венчурними) підприємствами. Нажаль, у вітчизняній економіці таких підприємств обмаль і передусім це підприємства ІТ, аерокосмічної галузі («Піденмарш», «Антонов»), одиничні підприємства металургійного комплексу («Інтерпайп» тощо). На світових ринках наступальна стратегія широко вико-

ристовується в автомобілебудуванні, ІТ-сфері, при виробництві програмного забезпечення, ноутбуків, мобільних телефонів тощо. Яскравим прикладом реалізації агресивної стратегії є компанія Apple inc. (капіталізація – 731 млрд.\$), вони зробили революцію на ринку комп'ютерів, мобільних телефонів, планшетів тощо та на даний момент є флагманом на ринку інновацій.

Оборонна (захисна) стратегія спрямована на утримання конкурентних позицій підприємства на існуючих ринках. Її концепція в тому, щоб не відставати від інших, проте не претендувати на домінування у галузі. Вона відображає реакцію підприємства на дії конкурентів. Пов'язана із опануванням нової технології і, відповідно, з виходом на нові ринки: новинку поліпшують, що сприяє її використанню в інших сферах, за іншим призначенням або перенесенні на інші ринки. Вимагає високого рівня мобільності, ретельної уваги до навчання персоналу та реклами, аналізу помилок та успіхів конкурентів. В основному потребує придбання патентів: підприємства, які реалізують захисну інноваційну стратегію зазвичай є споживачами патентів та постачальниками для прибутків для підприємств-лідерів у сфері інновацій. Переважно використовуються на невеликих підприємствах, нерідко залежних від великих. Головне призначення цієї стратегії – оптимізувати у виробничому процесі співвідношення «витрати-випуск». Застосовується для реалізації загальної стратегії стабілізації. Її дотримуються підприємства, які уникають надмірного ризику, але у той же час є достатньо високотехнологічними, так як ця стратегія вимагає від них значних зусиль у науково-дослідній сфері діяльності. На глобальних ринках влучним прикладом прикладом можуть слугувати китайські підприємства із складання РС, ноутбуків та інших сучасних електронних «гаджетів», в яких використовуються комплектуючі від підприємств лідерів-інноваторів в цих галузях (процесори, монітори, ОС, та інше програмне забезпечення тощо). На вітчизняних ринках, на жаль, дуже мало підприємств, які використовують дану стратегію. У той же час вона надзвичайно придатна і доцільна до застосування на наших підприємствах машинобудівного ком-

плексу (наприклад «Турбоатом» (виробництво турбін для АЕС)), автомобілебудівної галузі (автобуси, тролейбуси, легкові та вантажні автомобілі) та харчової індустрії.

Опортуністична стратегія передбачає орієнтацію на продукт – лідер на ринку, що не потребує високих витрат на НДПКР. В довгостроковому періоді спрямована на швидке опанування інформації та можливостей, які виникають у зовнішньому оточенні підприємства. Інноваційна діяльність полягає у пошуку інформації щодо можливостей, які виникають за нових обставин, у виявленні особливих ніш на існуючих ринках товарів та послуг, що мають споживача із нетиповим, але суттєвим для успіху відповідного бізнесу, видом потреб. Характерною рисою є відсутність на підприємства власної науково-технічної діяльності. Оскільки ця стратегія доцільна до застосування на підприємствах маркетингового типу, її усвідомлено чи ні дотримується більшість вітчизняних підприємств легкої та харчової промисловості, підприємства фрагментарних галузей економіки – ресторанний, туристичний бізнес, автоперевезення бізнес, роздрібна торгівля тощо.

Залежна стратегія передбачає залежність від політики інших підприємств, які займають позицію головних («материнських») підприємств в коопераційних технологічних зв'язках в галузі. Вимоги щодо науково-технічного (інноваційного) потенціалу для таких підприємств є мінімальними. Однак, попри те, що підприємства за такої стратегії самостійно не здійснюють інноваційного пошуку, вони забезпечують високу якість роботи та гнучкість пристосування до нових технологій та ринків збуту. Застосовується для реалізації (лежить в основі) стратегії стабілізації підприємств-субпідрядників великих компаній. Зазвичай підприємств, які дотримуються «залежної інноваційної стратегії» виконують субпідрядні роботи і не змінюють самостійно своєї продукції, так як вимоги до її якості встановлює головне підприємство. Залежна стратегія притаманна більшості субпідрядних підприємств вітчизняного будівельного бізнесу та підприємств агросектору, який залежить від гуртових компаній та замовлень із боку системи роздрібною торгівлі.

Змішана стратегія використовується підприємствами, які працюють у різних сферах бізнесу і на різних ринках. Для одного ринку обирається наступальна стратегія, для іншого – традиційна або захисна. Її застосовують багато транснаціональних компаній. Зазвичай використовується холдинговими компаніями, наприклад такими як «ІСД», «СКМ», група «Приват» тощо.

Загалом, визначення стратегії загального напрямку інновацій та формування портфеля інноваційних стратегій має здійснюватися на основі врахування двох комплексних детермінант

а) інноваційних можливостей підприємства (що передбачає проведення зіставлення інноваційного потенціалу підприємства та інноваційно-інвестиційного клімату в країні, зокрема за допомогою SWOT-аналізу);

б) стратегічних інноваційних цілей підприємства та його основних інноваційних завдань (наприклад, створення нового продукту, покращення традиційного продукту, впровадження нової технології, перехід на новий вид сировини, диверсифікація, реструктуризація підприємства та інші) [21].

Нині кількість компаній, які намагаються перетворити інновації на системний організаційний процес, неухильно зростає. Керівники цих компаній переглянули кожен етап процесу реалізації нових ідей та забезпечили швидку інвестиційну віддачу, прискоривши тим самим зростання прибутку й зробивши цю тенденцію стійкою. Авангардом компаній, що запроваджують інновації, є: Apple, Google, Toyota Motor Corporation, Microsoft Corporation [22, с. 21]. Якщо українські підприємства будуть більш активно долучатися до інноваційного процесу, якісно обирати інноваційні стратегії, то вже через 10 років ми зможемо гідно конкурувати з світовими корпораціями.

Висновки. Проведене дослідження сучасного стану інноваційної діяльності на вітчизняних промислових підприємствах свідчить про значне відставання їх розвитку в порівнянні з підприємствами більш розвинених країн. Оцінка основних тенденцій інноваційної діяльності підприємств свідчить про її згортання, незважаючи на поліпшення економічного становища та част-

кового подолання кризи.

Знання про типи інноваційних стратегій дозволить професійно підійти до вибору вірного довготривалого інноваційного напрямку та вирішити стратегічне питання: який тип інноваційної стратегії необхідний для підприємства з урахуванням внутрішнього та зовнішнього середовища. Обґрунтовано обрана стратегія інновацій з адекватним змістом як певний стратегічний портфель (набір) усіх рішень щодо забезпечення інноваційного процесу на підприємстві на всіх його ланках та щодо всіх складових його бізнес-процесів є запорукою тривалого успіху будь-якого підприємства, засобом забезпечення конкурентної стійкості та його конкурентоспроможності, а відповідно і усієї національної економіки.

Література

1. Ансофф І. Новая корпоративная стратегия / Игорь Ансофф. – СПб: Питер, 1999. – 416 с.
2. Портер Е. Майкл. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / Майкл Е. Портер; Пер. с англ. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. – 454 с.
3. Томпсон А. А., Стрикленд А. Дж. Стратегический менеджмент концепции и ситуации для анализа. – М. : Дело, 2006. – 928 с.
4. Шумпетер Й. Теория экономического развития: Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры / Й. Шумпетер – М. : Прогресс, 1982. – 456 с.
5. Зятковський І. В. Державна підтримка нових форм інноваційної діяльності промислових підприємств: організаційні та фінансові аспекти / І. В. Зятковський // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – №6. – С. 73–82.
6. Лазарева Є. В. Тенденції розвитку малого інноваційного підприємництва Причорноморських регіонів / Є. В. Лазарева, А. В. Курносова // Економічні інновації. – 2015. – Вип. 59. – С. 165–175.
7. Федулова Л. І. Концептуальні засади формування інноваційної системи підприємств / Л. І. Федулова // Актуальні проблеми економіки. – 2014. – № 10. – С. 195–205.
8. Чубай В. М. Суть і види інноваційних стратегій машинобудівних підприємств / В. М. Чубай // Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму. – Т. 2. – 2010. – № 1 (3). – С. 347–356.
9. Ринок інновацій у складі інноваційної інфраструктури країни [Електронний ресурс] / А. О. Князевич // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2015. – № 3. – С. 129–139. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mimi_2015_3_13
10. Лукичева Л. И. Управление интеллектуальным капиталом: учеб. пособие / Л. И. Лукичева. – 2-е изд., стер. – М. : Омега-Л, 2009. – 551 с.
11. The Global Innovation Index 2016

- [Electronic resource]. – URL: <<http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=40-15>>.
12. The Global Competitiveness Report 2016–2017 [Electronic resource]. – URL: <https://www.weforum.org/reports/the-global-competitiveness-report-2016-2017-1>
13. Фінансовий ринок в системі джерел фінансового забезпечення інноваційно-орієнтованого розвитку України [Електронний ресурс] / С. В. Онишко, С. В. Онишко // Науковий вісник Полісся. – 2016. – Вип. 2. – С. 122–126. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvp_2016_2_21
14. Сучасний стан та перспективи інноваційного розвитку промислових підприємств [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nikolaychuk.at.ua/news/2010-11-17-52>.
15. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
16. Про інноваційну діяльність [Електронний ресурс] : Закон України, прийнятий Верховною Радою від 04.07.2002 р. № 40-IV в поточній ред. від 05.12.2012 р. – Режим доступу :
17. Proposed Guidelines for Collecting and Interpreting Technological Innovation Data: Oslo Manual. – Paris: OECD, Eurostat, 1997.
18. Morbey G. K. R&D Expenditures and Profit Growth // Research-Technology Management, 1989, Vol. 32, № 3, May-June. – pp. 20–23.
19. Freeman C., Nelson R., Silverberg G. and Soete L. (eds), Technical Change and Economic Theory, in G. Dosi «Japan: A New National System of Innovation», Pinter, 1988 – P. 330 – 348.
20. Christopher Freeman. The economics of industrial innovation. – London : Campus Verlag, 1982. – 448 p.
21. Інноваційні стратегії для вітчизняних підприємств [Електронний ресурс] / О. Ковтун // Економіст. – 2012. – № 11. – С. 31–38. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econ_2012_11_9
22. Лазарева Є. Дослідження закономірностей інноваційних перетворень у регіональній економіці / Є. Лазарева // Економіст. – 2009. – № 9. – С. 35–37.

РЫНОК ИННОВАЦИЙ В УКРАИНЕ И ХАРАКТЕРИСТИКА ИННОВАЦИОННЫХ СТРАТЕГИЙ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

*Ю. Г. Горященко, к. э. н., доцент, Б. С. Баёв, студент,
Университет таможенного дела и финансов*

В статье проанализирован рынок инноваций в Украине. Исследовано современное состояние инновационного развития украинских промышленных предприятий. Определены альтернативы инновационных стратегий для отечественных предприятий и показаны их приоритетные типы с учетом влияния внутренней и внешней среды.

Ключевые слова: инновации, стратегия, инновационная стратегия предприятия, рынок инноваций в Украине, инновационное развитие.

MARKET OF INNOVATION IN UKRAINE AND CHARACTERISTICS OF INNOVATION STRATEGIES AT PRODUCTION ENTERPRISES

*Ju. H. Horyaschenko, Ph. D (Econ.), Ass. Prof., B. S. Baiov, student,
University of Customs and Finance*

The market of innovation in Ukraine is analyzed. The current state of innovation development of Ukrainian industry is investigated. Alternative innovation strategies for domestic enterprises with actual examples of specific firms are described.

Keywords: innovation, strategy, innovation strategy of an enterprise, market of innovation in Ukraine, innovative development.

Рекомендовано до друку д. е. н., Баранник Л. Б.

Надійшла до редакції 06.03.17.