

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
УНІВЕРСИТЕТ МИТНОЇ СПРАВИ ТА ФІНАНСІВ**

Факультет економіки, бізнесу та міжнародних відносин
Кафедра підприємництва та економіки підприємства

**КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ
З ДИСЦИПЛІНИ
«ІНОВАЦІЙНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО, «START-UP»»**

підготовки фахівців ступеня вищої освіти «бакалавр»

галузі знань «07 Управління та адміністрування»

спеціальності «076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Дніпро
2021

Конспект лекцій з дисципліни «Іноваційне підприємництво, «Start-up»» підготовки фахівців ступеня вищої освіти «бакалавр» галузі знань «07 Управління та адміністрування», спеціальності «076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» / укл. Горященко Ю.Г. – Дніпро : Університет митної справи та фінансів, 2021. – 50 с.

Конспект лекцій призначений допомогти студентам у вивченні дисципліни «Іноваційне підприємництво, «Start-up»».

Укладач: Горященко Ю.Г. к.е.н., доцент, доцент кафедри підприємництва та економіки підприємства Університету митної справи та фінансів.

Розглянуто на засіданні кафедри підприємництва та економіки підприємства
протокол № __ від «__» _____ 20__ р.
Завідуючий кафедрою _____ К.С. Жадько

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	4
Інформаційний обсяг навчальної дисципліни	5
Тема 1. Формування і розвиток теорії інноваційного підприємництва	7
Тема 2. Інноваційне підприємництво: досвід зарубіжних країн	12
Тема 3. Організаційно-економічні форми інноваційного підприємництва в Україні	17
Тема 4. Інноваційне партнерство та інтрапренерство	20
Тема 5. Інвестиційний клімат та його вплив на інноваційне підприємництво	22
Тема 6. Мале інноваційне підприємництво – «start up»	23
Тема 7. Державне регулювання інноваційного підприємництва	27
Тема 10. Маркетинг у сфері інноваційного підприємництва	31
Тема 11. Фінансування інновацій в малому бізнесі	35
Тема 12. Ризики в інноваційному підприємстві	38
Рекомендована література	44

ПЕРЕДМОВА

Конспект лекцій із дисципліни «Іноваційне підприємництво, «Start-up»» розроблений для студентів денної та заочної форм навчання, які навчаються за освітньо-кваліфікаційним рівнем «бакалавр» в галузі знань «07 Управління та адміністрування». Вивчення дисципліни «Іноваційне підприємництво, «Start-up»» має на меті формування знань щодо природи та функцій інноваційного підприємництва як цілісного об'єкта аналізу; особливостей його створення та функціонування в ринкових умовах; визначення його місця і впливу на еволюцію економічної системи суспільства.

Предметом вивчення навчальної дисципліни є теоретико-методологічні засади підвищення активності інноваційних перетворень та шляхів і конкретних способів вдосконалення системи регуляторів та інструментів механізму підвищення активності інноваційного підприємництва в умовах інноваційного розвитку національної економіки.

Конспект лекцій призначений для надання допомоги студентам у вивченні дисципліни «Іноваційне підприємництво, «Start-up»», є доповненням до навчально-методичного комплексу дисципліни і деталізує практичне спрямування тем за двома змістовими модулями:

Змістовий модуль 1. Теоретичні засади інноваційного підприємництва

Змістовий модуль 2. Інструменти регулювання інноваційного підприємництва

Наведено рекомендації щодо методики і послідовності самостійного опанування тем кожного змістового модуля дисципліни.

Вивчення обов'язкової дисципліни «Іноваційне підприємництво, «Start-up»» базується на фундаментальних знаннях, сформованих при вивченні таких дисциплін як: мікроекономіка, економіка підприємства, стратегія підприємства, планування і контроль на підприємстві, економіко-математичне моделювання, управління витратами та є необхідною базою для сприйняття подальших навчальних дисциплін, а саме: конкурентоспроможність підприємства, антикризове управління діяльністю підприємства, поведінкова та експериментальна економіка.

Таким чином, наведений у конспекті лекцій матеріал допоможе студентам сформуванню необхідних компетенцій, оволодіти знаннями і отримати теоретичні і практичні навички виконувати фінансово-економічні розрахунки, проводити техніко-економічний аналіз інноваційних проектів; обґрунтовувати наукові, технічні та організаційні рішення на основі економічних критеріїв в рамках майбутньої професійної діяльності; проводити аналіз факторів ризику на різних етапах інноваційного циклу; виконувати порівняльний аналіз ефективності інновацій на основі оціночних показників і пропонувати напрямки підвищення економічної ефективності інноваційних проектів.

Інформаційний обсяг навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Теоретичні засади інноваційного підприємництва

Тема 1 Формування і розвиток теорії інноваційного підприємництва.

Циклічні закономірності в економіці. Теорії циклічного економічного розвитку. Циклічність інноваційного розвитку. Інноваційні кластери і економічний розвиток. Вплив технологічних укладів на економічний розвиток. Інновації: економічна суть, класифікація, типи. Сутність інноваційної діяльності. Інноваційний розвиток підприємства: сутність, напрями, принципи

Тема 2 Інноваційне підприємництво: досвід зарубіжних країн.

Зарубіжний досвід формування національних інноваційних систем. Моделі інноваційного розвитку зарубіжних країн. Підтримка інноваційного підприємництва в окремих країнах

Тема 3 Організаційно-економічні форми інноваційного підприємництва в Україні.

Сутність інноваційної інфраструктури. Інфраструктура ринку інновацій та його складові. Особливості формування вітчизняної інноваційної інфраструктури. Комерціалізація та форми передачі технологій на ринку інновацій. Специфіка придбання ліцензій на інноваційну продукцію

Тема 4 Інноваційне партнерство та інтрапренерство.

Зміст та форми інноваційного партнерства. Сутність інтрапренерства. Передумови та умови розвитку інтрапренерства

Тема 5 Інвестиційний клімат та його вплив на інноваційне підприємництво.

Інноваційні зміни малих та середніх підприємств як інструмент економіки майбутнього.

Тема 6 Мале інноваційне підприємництво - "start up".

Малі підприємства і їх роль у створенні інноваційно-конкурентного середовища. Стартап як прогресивна форма інноваційного підприємництва.

Змістовий модуль 2. Інструменти регулювання інноваційного підприємництва

Тема 7 Державне регулювання інноваційного підприємництва.

Мета і принципи державного регулювання інноваційної діяльності. Форми і методи державного регулювання інноваційної діяльності. Інституційне забезпечення підтримки інноваційної діяльності в Україні. Складові національної інноваційної системи та рівень їх розвитку в Україні. Структура національної інноваційної системи. Передумови і проблеми створення національної інноваційної системи в Україні

Тема 8 Ринковий механізм регулювання інноваційного підприємництва.

Складові інноваційної інфраструктури. Ринок новацій, ринок капіталу (інвестицій), ринок нововведень. Фінансове та інвестиційне забезпечення інноваційного підприємництва

Тема 9 Управлінські аспекти та атрибути інноваційного підприємництва.

Менеджмент в системі інноваційного підприємництва. Фінансово-економічні критерії ефективності інвестиційних проектів. Стратегічний інноваційний розвиток підприємства. Бізнес-моделі інноваційного розвитку підприємства

Тема 10 Маркетинг у сфері інноваційного підприємництва.

Сутність і класифікація маркетингових інновацій. Особливості основних функцій маркетингу інноваційної продукції. Формування інструментарію маркетингу інновацій на основі функціональних послідовностей інноваційного процесу. Управління торговою маркою та аналіз франчайзингової форми використання бренда в контексті інноваційного маркетингу. Формування критеріальної бази для оцінки альтернатив маркетингових інноваційних рішень

Тема 11 Фінансування інновацій в малому бізнесі.

Система механізмів інвестування. Механізми мобілізації власних, позикових та залучених коштів. Формування та оптимізація складу інвестицій для фінансування інновацій

Тема 12 Ризики в інноваційному підприємстві.

Суть ризиків та особливості їх прояву в інноваційній діяльності підприємств. Чинники формування ризиків в інноваційній діяльності підприємства. Методи аналізу ризику при оцінюванні доцільності інноваційних проектів

Тема 1. Формування і розвиток теорії інноваційного підприємництва

План

1. Циклічні закономірності в економіці. Теорії циклічного економічного розвитку. Циклічність інноваційного розвитку.
2. Інноваційні кластери і економічний розвиток.
3. Сутність інноваційної діяльності. Інноваційний розвиток підприємства: сутність, напрями, принципи

1. Циклічні закономірності в економіці. Теорії циклічного економічного розвитку. Циклічність інноваційного розвитку.

Циклічність економічної кон'юнктури (напрями і ступінь зміни сукупності показників, що характеризують рівноважний розвиток економіки) досліджували багато вчених. Наприкінці XIX – початку XX ст. розвинулася кредитно-грошова концепція циклу, відповідно до якої кризи – це результат порушення у сфері грошового попиту та пропозиції (Р.Дж. Хоутрі, І. Фішер). У цей період виникли перші ендогенні концепції, які пояснюють циклічні коливання – всупереч неокласичним постулатам – внутрішньою нестійкістю самої економічної системи. Вийшли роботи економістів М.І. Туган-Барановського, А. Шпітгофа, Г. Касселя, які звернули увагу на особливості накопичення капіталу та специфіку взаємодії між виробництвом товарів споживання та накопиченням капіталу, що є основою економічного циклу.

Й. Шумпетер пов'язував циклічність із технічним прогресом. Він вважав, що економічне зростання є циклічним процесом, який зумовлюється стрибкоподібним характером здійснення нововведень.

Розвиток кейнсіанської теорії циклу пов'язаний з іменами Р. Харрода, П. Самуельсона, Дж. Хікса, А. Хансена. Ця теорія розглядає цикл як результат взаємодії між рухом національного доходу, споживанням та накопиченням капіталу. Циклічний процес формується динамікою ефективного попиту, який визначається функціями споживання та інвестицій. Взаємодія між споживанням, накопиченням та рівнем національного доходу теорія циклів ефективного попиту розглядає в аспекті сталих зв'язків, які характеризуються коефіцієнтами мультиплікатора та акселератора. Кейнсіанська теорія циклів – це основа державної антициклічної політики, розрахованої на розширення сукупного попиту у фазі кризових спадів та його обмеження у фазі підйому та підвищення цін.

Найбільший внесок у теорію довгих циклів в економіці вніс М.Д. Кондратьєв (іменем якого і названо довгий цикл 50 - 60 років), провівши аналіз за 150 років (в 1922 р.) для розвинених країн світу. В економіці відомі, крім того, більш короткі цикли (іноді помилково приписуються М.Д. Кондратьєву):

- 1) цикли Кітчина (2-4 р.), названі ще циклами товарних запасів – циклічність цін при русі товарних запасів;

2) цикли Жугляра (названі ще бізнес-циклами, промисловими циклами, середніми циклами): тривалістю від 7 до 12 років - на основі коливання ставок банківського відсотка і цін, які збіглися з циклами інвестицій. Останні, в свою чергу, викликають зміни ВВП, інфляції і зайнятості. М.Д. Кондратьєвим досліджені всі типи циклів і виведені чотири основні закономірності:

1. Біля витоків фази підйому або в самому її початку відбувається глибока зміна всього життя капіталістичного суспільства; цим змінам передують значні науково-технічні винаходи і нововведення; перетворення всередині окремих країн супроводжуються змінами у світовому капіталістичному господарстві, створення його нових центрів.

2. Фази підйому більш насичені соціальними потрясіннями (війни, революції), ніж фази спаду.

3. Фази спаду надають особливо гнітючий вплив на сільське господарство; низькі ціни на товари в період спаду сприяють зростанню відносної вартості золота, що спонукає збільшувати його видобуток; нагромадження золота сприяє виходу економіки із затяжної кризи.

4. Періодичні кризи (7-11 років) «нанизуються» на відповідні фази довгої хвилі і змінюють свою динаміку залежно від неї - в період тривалого піднесення більше часу припадає на «процвітання», а в періоди тривалого спаду частішають кризові роки.

Під час переходу до чергового середньотривалого циклу зміни охоплюють в основному технологічну структуру економіки, сферу мікроекономіки та частково мезоекономіки. Перехід до чергового довготривалого циклу (близько одного разу на півсторіччя) викликає більш інтенсивні, глибокі та тривалі макроекономічні зміни. Відбувається зміна діючого технологічного устрою, співвідношень економічних устроїв, змінюються пропорції розподілу робочої сили, територіальна та відновлювальна структура економіки. Кризова фаза триває низку років, глибокі зміни відбуваються у світовій економіці.

В економічній літературі за критерієм тривалості розрізняють такі типи економічних циклів:

– малі цикли. Пов'язані з відновленням економічної рівноваги на споживчому ринку.

– середні цикли, пов'язані зі зміною попиту на обладнання і споруди. Матеріальною основою середніх циклів є масове оновлення основного капіталу, яке відбувається в економіці з періодичністю в 7–13 років.

– великі цикли, пов'язані зі зміною технологічного укладу, який відбувається протягом декількох середніх циклів.

Класифікація циклів відповідно до імен їх дослідників:

– цикли Кітчина (2–4 роки). Характеризуються зміною запасів, що призводить до коливання ВВП, зростання цін, зайнятості, товарів;

– цикли Жугляра (7–12 років), або інвестиційні цикли. Приводять до коливання ВВП, інфляції і зайнятості. Пов'язані з масовим оновленням основного капіталу;

– цикли Кузнеця (16–25 років), або будівельні цикли. Міжрегіональна диференціація доходу приводить до міграції населення; збільшення населення є

стимулом для житлового будівництва, тобто інвестицій в нерухомість, це приводить до динаміки сукупного попиту, що, в свою чергу, знову впливає на сукупний дохід населення;

– цикли Кондратьєва (40–60 років), або техногенні цикли. Технічний прогрес приводить до впровадження нових технологій, що приводить до зміни технологічного укладу і структурних перебудов в економіці;

– цикли Форрестера (200–400 років). Відкриття нових джерел енергії або матеріалів приводить до прориву у виробництві, що стає тривалим джерелом економічного зростання;

– цикли Тоффлера (1000–2000 років). Ці цикли пов'язані з народженням і зникненням цивілізацій, народів.

Нині створено десятки різних теорій, що пояснюють причини економічної циклічності. Так, колективом Інституту економіки і прогнозування НАН України розроблена класифікація економічних теорій відповідно до причин впливу та механізму дії економічних циклів:

1) зміна грошової маси та рівня податкового тиску (М. Фрідман, Т. Майер, К. Брунер);

2) зміна обсягів інвестицій (К. Віксель, Й. Шумпетер);

3) масштаби кредитування суб'єктів господарювання та зв'язку з очікуваннями та наслідки дій (Дж. Кейнс, Т. Сарджент);

4) вплив мультиплікатора-акселератора (Д. Хікс, П. Самуельсон);

5) недосконалість та обмежений доступ інформації (М. Фрідман, Р. Лукас, Д. Стігліц).

Отже, *інноваційний цикл* – коло інноваційних процесів, новин, нововведень, які реалізуються в системі певного технологічного укладу, забезпечуючи прогресивний розвиток суспільства.

2. Інноваційні кластери і економічний розвиток.

Інноваційний кластер – це об'єднання різних організацій (промислових компаній, дослідницьких центрів, наукових установ, органів державного управління, профспілок, громадських організацій і ін.), яке дозволяє використовувати переваги внутрішньофірмової координації і ринкового механізму для швидшого і ефективнішого освоєння нових знань. При цьому інновації поширюються по мережі взаємозв'язків в загальному економічному просторі, полегшуючи комбінацію чинників виробництва.

Економічний розвиток – поняття економічної науки, що позначає перехід від одного етапу економіки до іншого, при якому в новому періоді не тільки збільшується виробництво тих самих товарів і послуг, що вже вироблялися раніше, а має місце й виробництво нових товарів і послуг з використанням нових технологій порівняно з попереднім періодом.

Інноваційна економіка – тип економіки, заснованої на потоці інновацій, на постійному технологічному вдосконаленні, на виробництві та експорті високотехнологічної продукції з дуже високою додатковою вартістю і самих

технологій. Передбачається, що при цьому в основному прибуток створює інтелект новаторів і вчених, інформаційна сфера, а не матеріальне виробництво (індустріальна економіка) і не концентрація фінансів (капіталу).

3. Сутність інноваційної діяльності. Інноваційний розвиток підприємства: сутність, напрями, принципи

Інновація – це такий суспільний, технічний, економічний процес, який через практичне використання ідей і винаходів приводить до створення кращих за своїми властивостями виробів, технологій.

Інноваційна діяльність – вид діяльності, пов'язаний із трансформацією наукових досліджень і розробок, інших науково-технологічних досягнень у новий чи покращений продукт введений на ринок, в оновлений чи вдосконалений технологічний процес, що використовується у практичній діяльності, чи новий підхід до реалізації соціальних послуг, їх адаптацію до актуальних вимог суспільства.

Інноваційний розвиток визначається як неперервний процес якісних змін у структурі виробництва або соціальної сфери в результаті створення, застосування та розповсюдження нових знань, машин, технологій.

Інноваційний розвиток підприємства – це процес господарювання, що спирається на пошук і використання нових способів і сфер реалізації потенціалу підприємств у змінюваних умовах зовнішнього середовища у рамках обраної місії та прийнятої мотивації діяльності і пов'язаний з модифікацією існуючих і формуванням нових ринків.

Інноваційними підприємствами вважаються такі великі компанії, як Bell Laboratories, Bank of America, Procter & Gamble, Texas Instruments, IBM (всі США), Fiat (Італія), Marks & Spencer (Великобританія), Sony (Японія).

Особливості інноваційних підприємств полягають у їх власному розумінні суті інновацій та управління процесами створення нововведень. Власні підходи організацій концентруються в їхній унікальній практиці інноваційного менеджменту.

Істотна відмінність інноваційних підприємств полягає в тому, що створення в них інновацій є різновидом бізнесу, тоді як у більшості організацій – це функція, частина загальної діяльності підприємства.

На основі вивчення досвіду компаній, які досягли успіху в розробці та використанні інновацій, виокремлено п'ять ключових принципів ефективної діяльності інноваційних підприємств.

Принцип 1. До інновації підходять як до дисципліни.

Ставлення до інновації як до дисципліни на практиці передбачає, що працівники підприємства розуміють, як генерувати ідеї і визначати ті з них, які відповідають цілям підприємства, як відстоювати і просувати свої ідеї, знаходити ресурси, долати перешкоди і створювати коаліції на підтримку цих ідей.

Принцип 2. Інновації розглядаються всебічно.

Інновація не може бути обмежена одним відділом або елітарною групою. Її також можна доручити групі, яка розташовується далеко від головного

підприємства й ізольована від бюрократії компанії. Інновація повинна охоплювати всю діяльність підприємства: нові продукти, послуги, процеси, стратегії, бізнес-моделі, канали збуту та ринки.

Принцип 3. Інновація передбачає організований, систематичний пошук нових можливостей.

Підприємства, які розглядають інновацію як спосіб забезпечення зростання, впроваджують у себе системи і методи, що допомагають їм на початковому етапі інноваційного процесу знаходити нові майбутні можливості.

Принцип 4. До інновацій залучаються всі працівники підприємства.

Більшість підприємств не застосовують жодних методів стимулювання або культивування плідних ідей своїх працівників, крім розгляду пропозицій щодо економії витрат. У тих компаніях, які розраховані на постійні інновації, що охоплюють все підприємство в цілому відбувається по-іншому. Початкове припущення, що рядові менеджери і службовці нижчої і середньої ланки не можуть висувати сильні революційні ідеї, які забезпечують зростання, розглядається як парадигма, що не застосовується до реальної практики XXI ст.

Принцип 5. Інновація орієнтується на споживача.

Підприємства – прихильники інновацій націлені на інтереси і потреби споживачів своєї продукції. Це означає, що необхідно заохочувати клієнта до висловлювання своєї думки і враховувати її при розробці та реалізації нових концепцій, які, врешті-решт, забезпечать зростання.

Питання для самоконтролю

1. Чому циклічність варто розглядати як постійну динамічну характеристику ринкової економіки?
2. У чому полягає специфіка підходів до розуміння причин циклічності?
3. У зв'язку з чим у сучасних умовах економічний цикл прийнято окреслювати як «діловий цикл»?
4. Хто з учених вперше вказав на періодичність економічного розвитку, в тому числі й інноваційного?
5. Проаналізуйте характерні риси інновацій базуючись на узагальненні різних точок зору.
6. Як в українському законодавстві окреслюється поняття «інновації»?
7. Які ключові компоненти включає дефініція «інновація»?
8. Охарактеризуйте ознаки сучасної класифікації інновацій
9. Чому інноваційна діяльність часто ототожнюється з науковою або науково-дослідною діяльністю?
10. У чому полягають відмінності понять «інноваційний продукт» та «інноваційна продукція»?
11. Проаналізуйте основні підходи до розуміння терміну «інноваційний розвиток».
12. Дайте характеристику основним напрямам інноваційного розвитку підприємства в сучасній економіці.
13. Чому не всі підприємства й організації, які створюють інновації вважаються інноваційними?

Тема 2. Інноваційне підприємництво: досвід зарубіжних країн.

План

1. Зарубіжний досвід формування національних інноваційних систем.
2. Моделі інноваційного розвитку зарубіжних країн. Підтримка інноваційного підприємництва в окремих країнах

1. Зарубіжний досвід формування національних інноваційних систем

Основні світові тенденції розвитку інноваційної діяльності:

- проблеми освоєння інноваційних технологій у промисловості є ключовими для більшості розвинутих країн;
- інтелектуальний продукт досліджень є першоосновою виробничих інновацій;
- розвивається ринок технологій і ліцензій;
- виробничо-технологічний сектор світової економіки та промисловість, особливо у сфері високих технологій, стають глобальними за своїм змістом.

Розроблення високих технологій, виробництво на їх основі високотехнологічної продукції та послуг, вихід з ними на світові ринки, розширення міжнародної інтеграції в цій сфері стали для більшості промислово розвинутих країн Західної Європи, США, Японії та ін., важливою стратегічною моделлю та основою економічного зростання.

На сьогоднішній день США, Японія, Китай, країни Західної Європи створили національні інноваційні системи з метою забезпечення високої конкурентоспроможності своїх економік. Так, наприклад, основою національної інноваційної системи США є 150 великих університетів, які займають перші місця в світових рейтингах. Проте, як зазначає Дегтярьова І. О., досвід цих країн засвідчив неефективність централізованої інноваційної політики та, водночас, позитивні результати від створення потужних регіональних інноваційних систем. Для регіональних інноваційних систем (РІС) в успішних регіонах характерні наступні особливості:

- економіка: вищий, ніж середній показник ВРП на душу населення в у порівнянні з іншими регіонами, сильна експортоорієнтованість, високий рівень підприємницької діяльності, диверсифікована структура промисловості, значна частка високотехнологічних галузей промисловості, значні ресурси та кваліфікований людський капітал;

- сектор науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт (НДДКР): переважання приватних коштів в структурі витрат на НДДКР, регіон є одночасно виробником власних технологій і користувачем зовнішніх технологій з домінуючою першою складовою;

- інфраструктура для проведення НДДКР: сильні та диверсифіковані установи, що здійснюють НДДКР, та установи-посередники між ринковими потребами підприємств та наукою;

– соціальні мережі: стійкі відносини і взаємодія між учасниками інноваційної діяльності: зв'язок між підприємствами, промисловістю і установами, що займаються НДДКР.

У зв'язку з тим, що Україна обрала стратегічним напрямком розвитку зовнішньополітичний курс на інтеграцію з Європейським Союзом, доцільно вивчати досвід європейських країн – Польщі, Швеції.

В Польщі, в Гданьському інституті ринкової економіки було проведено дослідження регіональних інноваційних систем, згідно з ним, можна виділити такі сильні сторони РІС:

– діяльність, спрямована на фінансову (в основному зі структурних фондів) підтримку інноваційної діяльності;

– наявність фінансових інструментів для підтримки НДДКР;

– зростаюча обізнаність та інноваційна культура підприємств, установ та місцевих органів влади;

– зростання кількості інноваційно активних підприємств (збільшується рівень витрат на НДДКР та рівень зайнятості в цій сфері);

– зростання кількості установ з підтримки інновацій та установ з підтримки бізнесу;

– високий конкурентний потенціал фірм в деяких (традиційних для Польщі) галузях: харчової промисловості, галузі машинобудування та деревообробної промисловості;

– зростаюча кількість товарів і послуг інноваційного характеру;

– високий рівень активності бізнес-середовища;

– поліпшення доступу фірм до трансферу технологій на регіональному, національному та міжнародному рівнях;

– зростання частки експорту з високим ступенем переробки товарів;

– реалізація європейських проектів, пов'язаних з інноваційним розвитком;

– динамічний розвиток сектора малого і середнього бізнесу.

В регіональній економіці іншої країни-члена Європейського Союзу – Швеції, значну роль відіграють три сфери економіки: харчова промисловість, сфера наукових досліджень про життя та сфера розваг (що включає в себе кіноіндустрію, індустрію комп'ютерних ігор та індустріях мобільних технологій). Саме на розвиток цих сфер спрямована регіональна політика місцевих органів влади.

2. Моделі інноваційного розвитку зарубіжних країн. Підтримка інноваційного підприємництва в окремих країнах

Жодна модель зарубіжних країн у чистому вигляді не може використовуватися в Україні.

Світовий досвід становлення сучасного технологічного ринку у США, Японії, Швеції та інших країнах показує, що основним елементом державної політики у розвинених країнах є програми створення технокополісів і технопаркових структур як інноваційних центрів, розробки яких забезпечують новітніми технологіями різні сфери промислового і сільськогосподарського виробництва, транспорту та зв'язку тощо.

Яскравим прикладом є Фінляндія, в якій діють так звані «науково-виробничі інкубатори», або «бізнесінкубатори». У таких інкубаторах майбутні комерційно привабливі винаходи проходять шлях від ідеї до виготовлення конкурентоспроможної продукції, яка має високий попит на світовому ринку товарів і послуг. Ці інкубатори поєднують в єдину ланку університети, дослідні та виробничі центри, юристів та менеджерів, венчурні фірми. До речі, основна форма надання бюджетних коштів — це надання безоплатних субсидій, грантів під дослідні проекти на конкурсній основі. Далі, як то кажуть, виживає сильніший. Характерно, що у Фінляндії, як і в більшості розвинених країн, відсутні будь-які пільги для тих, хто створює та запроваджує інноваційні розробки.

Від успішних проектів держава отримує значне поповнення бюджету у вигляді податків.

Багатьом відома Кремнієва Долина (Штат Каліфорнія, США), яка є найбільшим інвестиційним центром, в якому зосередились кадри найвищої кваліфікації: вчені, інженери, дизайнери, програмісти, юристи, менеджери, венчурні підприємці.

Гострота та актуальність завдання переходу до економіки, що ґрунтується на знаннях і творчості, формування ринку новітніх технологій зумовлюється тим, що, як показують експертні прогнози, Україна може щорічно заробляти лише на торгівлі технологіями військового та подвійного призначення \$100 млн.

Світовий ринок технологій визначають 50–55 макротехнологій. Сім найрозвиненіших країн світу, освоївши 46 з них, контролюють 80 % усього ринку інноваційної продукції.

В Європі спільними урядовими рішеннями країн – членів ЄС сформовано низку інститутів, які надають пряму підтримку інноваційному процесові: Європейський інвестиційний банк, Європейський інвестиційний фонд, проекти Початковий капітал й Євротекс-капітал, а також спеціальна програма підтримки малого бізнесу.

Головний інвестиційний інститут в Європі — Європейський інвестиційний банк (Европей Bank — EIB). Майже половину його кредитів, орієнтованих на потреби промисловості, призначено для малих підприємств, причому пріоритетним є надання венчурного капіталу невеликим компаніям, які працюють у сфері нових технологій.

В Україні виділяють такі види інноваційних моделей розвитку економік, як:

1) ресурсна модель без високотехнологічного виробництва (природні ресурси → виробництво → гроші);

2) інноваційна модель (трансформація грошей на дослідження в знання → трансформація знань у майстерність працівників та інновації → перетворення інновацій у товар → гроші);

3) інтелектуально-донорська модель (скорочений варіант моделі (II), з якого вилучена стадія виробництва).

Щодо підтримки інноваційного підприємництва в окремих країнах.

У Великобританії до початку 2000-х рр. не проводилося цілеспрямованої централізованої політики щодо стимулювання і розвитку інновацій. У 2003 р Міністерство торгівлі та промисловості Великобританії опублікувало стратегію уряду в сфері технологічного розвитку, в 2004 р була створена Рада з технологічним стратегіям, що здійснює інвестиції в створення нових технологій, підтримує їх розвиток і комерціалізацію. Відносно цілісна інноваційна стратегія довгострокового розвитку Великобританії була сформульована лише в 2008 р.

Інноваційний розвиток Японії і Швеції здійснювалося послідовно і має довгу історію. Проте в Швеції тільки в 2005-2008 рр. було визначено чотири пріоритетні сфери для фінансування НДДКР: медицина, біотехнології, навколишнє середовище та сталий розвиток, розвиток у Швеції "центрів високих технологій", які представляють собою з'єднання науково-дослідних і комерційних сил в інтересах швидкої та ефективної комерціалізації інновацій. У Японії, незважаючи на активну діяльність уряду з розробки стратегій і програм інноваційного розвитку, велика частина науково-технічних розробок прикладного характеру раніше виконується в лабораторіях великих промислових корпорацій і залишається в рамках цих же корпорацій, без широкої передачі потенційним користувачам в масштабах відповідної галузі. Державні наукові дослідження носять переважно фундаментальний характер, ступінь їх впровадження в практику залишається недостатньою. Між державними фундаментальними науковими дослідженнями та прикладними дослідженнями в приватному секторі не завжди дотримується необхідна координація.

У Японії слабо розвинені венчурне фінансування і венчурний бізнес в цілому. Відзначається нестача професійних кадрів, щодо безуспішно йде процес розвитку технопарків та бізнес-інкубаторів. Низьку ефективність інноваційної політики уряду продемонстрували також результати державної програми розвитку високотехнологічних науково-промислових регіональних кластерів.

Міжнародні науково-технічні зв'язки здійснюються в Японії як по лінії державних наукових центрів і дослідницьких інститутів з виділенням фінансування з бюджетів відповідних міністерств, так і по лінії громадських і професійних науково-технічних товариств та асоціацій, а також приватних дослідницьких організацій і промислових компаній.

У Швеції більшість витрат на НДДКР здійснюється підприємницьким сектором. Підтримка урядом НДДКР у підприємницькому секторі в основному обмежується проведенням досліджень у сфері оборони (13% всього державного фінансування НДДКР). У той же час фундаментальні дослідження фінансуються переважно державою, тоді як частка підприємницького сектора вкрай мала.

Важливими відмінними рисами Швеції залишаються високий рівень освіти і кваліфікації зайнятих у державному секторі, ефективна робота державних інститутів, стабільна політична система. У Швеції розвинений ринок венчурного капіталу. Проте національна система підтримки і

стимулювання комерціалізації результатів НДДКР через створення та розвиток нових підприємств часто характеризується як порівняно слабка і фрагментарна.

Низька результативність в частині комерціалізації результатів НДДКР стала причиною створення цілого ланцюжка організацій, відповідальних за виконання політики щодо розвитку бізнесу. Інноваційний міст (The Innovation Bridge) підтримує комерціалізацію результатів наукових досліджень і забезпечує (обмежене) фінансування на передпосівної стадії (pre-seed); ALMI Бізнес-партнерство (ALMI Business Partner) - створення бізнесу (що не проводить НДДКР); Промисловий фонд (The Industrial Fund) - державний венчурний інвестор; Агентство з інвестицій в Швецію (The Invest in Sweden Agency, ISA) сприяє притоку інвестицій.

Однією з найбільш серйозних проблем шведської інноваційної системи вважається порівняно низький рівень наукоємного виробництва за межами кількох великих, технічно передових транснаціональних корпорацій. Їх технічні досягнення за невеликим числом винятків історично пов'язані з традиційними технологіями і галузями.

У Південній Кореї перші програми інноваційного розвитку були запущені з 1999 р, і розвиток інноваційного сектора дуже швидко прогресувало. Спочатку модернізація була побудована на запозиченні зарубіжних технологій, яке відбувалося в різних формах: контракти "під ключ", ліцензування, консультативні послуги. Вивчення іноземного досвіду відбувалося, головним чином, за рахунок створення спільних венчурних фірм з японськими партнерами. В даний час, незважаючи на те, що Корея за багатьма високотехнологічними позиціями лідирує у світовому експорті, країна як і раніше багато в чому залежить від імпортової техніки з причини недостатнього розвитку власних базових технологій.

Питання для самоконтролю

1. Як формувалася дефініція терміну «національна інноваційна система»? Чим це було зумовлено?
2. Назвіть основні нормативно-правові документи, які забезпечують формування і розвиток національної інноваційної системи в Україні.
3. Виокреміть основні елементи національної інноваційної системи в Україні.
4. Аргументуйте ключові умови формування і розвитку НІС в Україні.
5. Охарактеризуйте систему керування регіональним інноваційним розвитком.
6. Викладіть першочергові завдання створення ефективної національної інноваційної системи в Україні.
7. Охарактеризуйте зарубіжний досвід формування національних інноваційних систем.

Тема 3. Організаційно-економічні форми інноваційного підприємництва в Україні

План

1. Сутність інноваційної інфраструктури.
2. Інфраструктура ринку інновацій та його складові.
3. Комерціалізація та форми передачі технологій на ринку інновацій.

1. Сутність інноваційної інфраструктури

Під інноваційною інфраструктурою розуміється сукупність взаємопов'язаних та взаємодіючих організацій, систем, необхідних і достатніх для ефективного здійснення інноваційної діяльності та реалізації нововведень.

Інноваційна інфраструктура об'єднує організації різних видів: фірми, інвесторів, посередників, наукові та державні установи, які своєю діяльністю охоплюють увесь інноваційний цикл — від генерації науково-технічної ідеї до реалізації нововведення.

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

Відповідно до цілей інфраструктура інноваційної діяльності включає такий комплекс взаємопов'язаних систем:

- систему інформаційного забезпечення, яка дає доступ до баз і банків даних для всіх зацікавлених, незалежно від форм власності;
- експертизи (включаючи державну) інноваційних програм, проектів, пропозицій, заявок;
- фінансово-економічного забезпечення інноваційної діяльності, використовуючи різні джерела надходження коштів (ресурси підприємницьких структур, інвестиції інших країн, кошти інвестиційних фондів тощо);
- сертифікації наукової продукції, відповідні послуги у сфері метрології, стандартизації, контролю якості;
- просування нововведень на регіональні, міжрегіональні, іноземні ринки, включаючи виставкову, рекламну, маркетингову діяльність, патентно-ліцензійну роботу, захист інтелектуальної власності;
- підготовку кадрів для інноваційної діяльності в умовах ринкової економіки.

2. Інфраструктура ринку інновацій та його складові.

Термін «інфраструктура» (від лат. *infra* – нижче, під; *structure* – будова, розташування) з'явився в економічній літературі наприкінці 40-х років ХХ ст. і був використаний для позначення об'єктів і споруд, що забезпечують нормальну діяльність збройних сил (склади військових матеріалів, аеродроми,

радіолокаційні установки, пости, полігони й т. ін.). На Заході приблизно в ті ж самі роки під інфраструктурою стали розуміти сукупність галузей, які сприяють нормальному функціонуванню та обслуговуванню виробництва матеріальних благ і надання послуг.

У науковій літературі є різні підходи до розуміння сутності інфраструктури ринку інновацій. Існує підхід, згідно з яким інфраструктурне формування визначається як одна з організаційних форм, що забезпечують поширення нововведень.

Відповідно до іншого підходу, до інфраструктури ринку інновацій відносяться організації, фірми, об'єднання, які охоплюють весь цикл здійснення інноваційної діяльності, починаючи з генерації нових науково-технічних ідей та їх оброблення і закінчуючи випуском та реалізацією інноваційної продукції. До складових інноваційної інфраструктури відносять інноваційні центри, інкубатори, технопарки, технополіси, консалтингові, навчальні фірми та інвесторів. Всі організаційні форми ринку інновацій можуть бути прямо пов'язані з інноваційним процесом, тобто є невід'ємною його частиною, або ж непрямо, тобто пов'язані тільки із забезпеченням здійснення цього процесу.

Ринок інновацій як складова частина системи економічних відносин поряд з особливостями, що визначаються специфічними властивостями товару, зберігає основні положення ринку і підпорядковується загальним законам.

Ринок інновацій – це система економічних відносин між споживачами інноваційної продукції (інноваційних послуг) і суб'єктами пропозицій (власниками інноваційної продукції, інформаційно-консультаційних послуг) з приводу їх виробництва, придбання та їх використання.

Ринок інновацій має виконувати п'ять основних функцій:

– забезпечення – задовольняє потреби споживачів у реалізації чи придбанні інноваційної продукції;

– регулювання – оптимально формує попит і пропозицію на науково-технічну продукцію й інноваційні послуги, що забезпечує їхній раціональний розподіл між суб'єктами інноваційної діяльності та встановлює рівень цін на них;

– інформування – є посередником під час розповсюдження інформації між учасниками інноваційного процесу;

– стимулювання – сприяє створенню конкурентоспроможного інноваційного продукту, розширенню переліку інноваційних послуг і способів їх здійснення;

– санації – звільняє ринок від неконкурентоспроможних учасників.

Як система, ринок інновацій має свою організаційну структуру й механізм функціонування. В організаційному плані ринок інновацій розвивається за трьома основними напрямками: ринок наукових кадрів, ринок науково-технічної інформації та наукової продукції.

3. Комерціалізація та форми передачі технологій на ринку інновацій

Комерціалізація (від англ. commerce — комерція, торгівля) — є невід'ємною частиною створення нового продукту або модифікацією вже

існуючого з метою виходу на ринок, і в свою чергу - отримання прибутку. Іншими словами, це скоординовані технічні та бізнесові процеси прийняття рішень та їх виконання, необхідних для успішної трансформації нового продукту або послуги від концепції до ринку.

Комерціалізація на ринку інновацій передбачає реалізацію на комерційній основі створеного інноваційного продукту в різноманітних його формах та видах на національному або світовому ринку з метою отримання прибутку.

Інноваційний продукт проходить такі етапи комерціалізації:

- визначення перспективного напрямку розробок;
- перетворення НДДКР в об'єкт продажу на ринку технологій;
- пошук потенційних покупців;
- адаптація інноваційного продукту до вимог конкретного покупця з подальшою його реалізацією та отриманням комерційного ефекту.

Основними формами комерціалізації інноваційного продукту є:

- залучення інноваційних брокерів;
- використання інноваційної продукції на власному виробництві, зокрема через створення спеціального структурного підрозділу;
- спільне використання інноваційного продукту;
- продаж виключних або обмежених прав на інноваційний продукт (франшиза, лізинг, франчайзинг, комерційна концесія).

Методи комерціалізації відображають одночасно організаційну та економічну складові процесу ринкової реалізації розробок, що спонукає до аналізу технологічного трансферу. При цьому головним джерелом інновацій є науково-технічна діяльність, яка є сполучною ланкою для впровадження технологій у реальну економіку, так званий трансфер технологій.

У Законі України «Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій» трансфер визначається як передавання технології, яка оформляється шляхом укладення двостороннього або багатостороннього договору між фізичними та/або юридичними особами, котрим установлюються, змінюються або припиняються майнові права й обов'язки щодо технології та/або її складових.

Питання для самоконтролю

1. Які основні функції виконує інноваційна інфраструктура?
2. У чому полягає функціональне призначення основних об'єктів інноваційної інфраструктури?
3. На що спрямовується діяльність об'єктів інноваційної інфраструктури?
4. Визначте основний спектр проблем, що стримують розвиток інноваційної інфраструктури в Україні?
5. Які заходи можуть активізувати становлення і розвиток вітчизняної інноваційної інфраструктури?
6. У чому полягає специфіка процесу комерціалізації інноваційного продукту?
7. Які форми комерціалізації інноваційного продукту є, на Ваш погляд, найбільш результативними у вітчизняних умовах?

Тема 4. Інноваційне партнерство та інтрапренерство

План

1. Зміст та форми інноваційного партнерства.
2. Сутність інтрапренерства. Передумови та умови розвитку інтрапренерства

1. Зміст та форми інноваційного партнерства

Партнерство в інноваційній діяльності має визначальне значення для результативності її здійснення. Поняття «партнерство» використовується залежно від області застосування з різних точок зору.

З правової точки зору партнер - один з учасників спільної дії по відношенню до інших учасників. Звідси партнерство (partnership) - форма організації бізнесу, що об'єднує більш ніж одного власника, але не є акціонерним; окремі її партнери повністю відповідають за борги фірми. Партнерство зовсім не припускає повної рівності: для професійного партнерства характерно те, що старші за посадою партнери отримують більшу винагороду і менше займаються поточною роботою, ніж молодші партнери. Внесок старших, керівних партнерів полягає в їх капіталі, досвіді і репутації. Вони можуть відігравати активну роль у функціонуванні підприємства або ж бути пасивними партнерами, які вкладають свої фінансові кошти, забезпечують репутацію і гарантії, в той час як інші учасники роблять основну частину роботи.

У договорі, на базі якого організовується партнерство, регулюються права та обов'язки партнерів; встановлюється порядок відшкодування загальних витрат і розподілу прибутку; обумовлюються терміни його дії; визначаються умови припинення діяльності; знаходиться форма солідарної відповідальності.

При цьому необхідно дотримуватися ключових принципів встановлення і підтримки партнерських відносин:

- Добровільність;
- Розробка та затвердження угод між партнерами;
- Встановлення правил спільної діяльності партнерів;
- Взаємне розподілення прав, відповідальності, ризиків, доходів і витрат;
- Створення механізму використання і поділу компетенцій і ресурсів;
- Синергія - зростання ефективності діяльності в результаті з'єднання, інтеграції, злиття окремих частин в єдину систему за рахунок так званого системного ефекту (емерджентності).

Форми інноваційного партнерства:

I. Формування некомерційних інноваційних партнерств.

II. Інжинірингові партнерства як різновид некомерційного партнерства.

III. Державно-приватні партнерства (ДПП).

IV. Партнерство на міжнародному рівні.

Некомерційним партнерством визнається заснована на членстві некомерційна організація, заснована громадянами і юридичними особами для

сприяння її членам у здійсненні науково-технічного та інформаційного взаємодії для вирішення проблем інноваційного розвитку, спрямованого на досягнення соціальних, освітніх, управлінських цілей, захисту законних інтересів громадян і організацій, надання юридичної допомоги, а також в інших цілях, спрямованих на досягнення суспільних благ.

Інжиніринг - сфера діяльності з опрацювання питань створення об'єктів промисловості, інфраструктури та ін., насамперед у формі надання на комерційній основі різних інженерно-консультаційних послуг (попереднє дослідження, техніко-економічні обґрунтування, складання проектів, генпланових схем, робочих креслень).

Державно-приватне партнерство в інноваційній сфері - це інституційний та організаційний альянс між державою і бізнесом в мету реалізації суспільно значущих проектів і програм у широкому спектрі галузей промисловості та областей наукових досліджень.

Партнерство на міжнародному рівні здійснюється на основі міжнародних економічних договорів і в процесі вибору пріоритетів інноваційного розвитку між країнами.

2. Сутність інтрапренерства. Передумови та умови розвитку інтрапренерства

Поняття «*інтрапренерство*» виникло з поєднання двох слів: «enterprise» - підприємство або підприємництво та латинського префікса «intra-» - всередині. Таким чином, дане поняття означає «внутрішнє підприємництво».

Під інтрапренерством розуміється розвиток духу підприємництва і його здійснення всередині існуючого підприємства. Інтрапренерство полягає в тому, що на діючому підприємстві, що випускає певну продукцію (роботи або послуги), створюються умови для висунення новаторських підприємницьких ідей.

Інтрапренер - це людина, яка ініціює і веде свою підприємницьку діяльність в рамках діючого підприємства.

Необхідність розвитку внутрішньофірмового підприємництва (інтрапренерства) виникає у підприємницькій організації в декількох випадках і може бути зумовлено:

- економічною кризою підприємства (потребою отримати кошти для виживання підприємства);
- завершальною фазою життєдіяльності підприємства – наявністю застарілої продукції і техніки (потребою у створенні бази для перспективного розвитку підприємства);
- бажанням отримати додатковий прибуток до наявної (наявністю у підприємства невикористаних ресурсів, у тому числі нових технологій).

Питання для самоконтролю

1. Що таке інтрапренерство?

2. Особливості інтрапренерства в Україні
3. Які інсують форми інноваційного партнерства?

Тема 5. Інвестиційний клімат та його вплив на інноваційне підприємництво

План

1. Поняття і зміст інвестиційного клімату інноваційного підприємництва.
2. Особливості інвестиційного клімату в Україні

1. Поняття і зміст інвестиційного клімату інноваційного підприємництва

Інвестиційний клімат (англ. Investment climate) - економічні, політичні, фінансові умови, що роблять вплив на приплив внутрішніх і зовнішніх інвестицій в економіку країни. Сприятливий клімат характеризується політичною стійкістю, наявністю законодавчої бази, помірними податками, пільгами, уявними інвесторам.

Поняття інвестиційного клімату найчастіше застосовується на макрорівні - економіки країни, регіонів, галузі.

Відоме в країні рейтингове агентство "Експерт РА" інвестиційний клімат розглядає з позиції двох досить самостійних характеристик: інвестиційний потенціал та інвестиційний ризик. При цьому одна з найважливіших характеристик інвестиційного клімату - інвестиційний потенціал - на макрорівні (регіону) і мікрорівні (підприємства) має як загальні, так і специфічні риси.

2. Особливості інвестиційного клімату в Україні

Україна має значний інвестиційний потенціал, зокрема: є одним з найбільших ринків в Європі; володіє багатими природними ресурсами; має високий рівень наукових досліджень і розробок у багатьох областях науки і техніки та значний науково-технічний потенціал; володіє неабияким сільськогосподарським потенціалом (вигідне географічне положення, сприятливий клімат, родючі ґрунти); має добре розвинену інфраструктуру. Окрім того, привабливість української економіки для іноземних інвесторів ґрунтується на наявності порівняно дешевої кваліфікованої робочої сили, і більш менш сформованого законодавства. Однак, незважаючи на ці значні переваги, інвестиційна привабливість України сьогодні залишається не на високому рівні, тому що інвестиційний клімат в Україні є досить ризикованим. Проблема залучення інвестиційних ресурсів не є найголовнішою для запровадження ефективної інвестиційної політики. Дієвість інвестиційної діяльності визначається ефективністю використання інвестиційних ресурсів на

галузевому і регіональному рівнях.

У цьому контексті вирішальне значення мають результати господарської діяльності галузей, що забезпечують інвестиційний процес. Їх технічний рівень, організація виробництва, здатність до швидкого освоєння інновацій і розвиток інвестиційної активності значною мірою впливають на інвестиційний цикл і визначають окупність інвестиційних ресурсів. В недалекому минулому надмірне і зайве нарощування потенціалу будь-яких галузей, у тому числі витратних, ототожнювалось з економічним розвитком. А втім найефективніший шлях розвитку економіки полягає в ресурсозберігаючій інвестиційній стратегії. Для подолання економічного спаду слід змінити акценти в пріоритетах і формах інвестування. Структурна переорієнтація інвестицій сприятиме оптимізації структури економіки країни і регіонів, зменшенню частки галузей, які у значних обсягах споживають природні ресурси, погіршують екологічну ситуацію, а їх продукція переважно вивозиться за кордон і не впливає на рівень життя населення України. Слід, таким чином, збільшувати частку наукомістких галузей з екологічно чистими технологіями, легкої і харчової промисловості, переробних, галузей сільського господарства, сфери послуг. Це дасть можливість подолати диспропорції, збалансувати економіку і досягти більш високого життєвого рівня населення країни в цілому і регіонів зокрема.

Питання для самоконтролю

1. Що таке інвестиційний клімат держави, регіону, підприємства?
2. Які особливості інвестиційного клімату в Україні?
3. Які основні фактори становлення привабливого інвестиційного клімату?
4. Назвіть напрями інвестиційної політики на сучасному етапі розвитку

Тема 6. Мале інноваційне підприємництво - "start up"

План

1. Поняття про стартап. Стартап як прогресивна форма інноваційного підприємництва.
2. Малі підприємства і їх роль у створенні інноваційно-конкурентного середовища

1. Поняття про стартап. Стартап як прогресивна форма інноваційного підприємництва.

Стартап, стартап-компанія — нещодавно створена компанія (можливо, ще не зареєстрована офіційно, але планує стати офіційною), що будує свій бізнес на основі інновацій або інноваційних технологій, не вийшла на ринок або почала на нього виходити і що володіє обмеженими ресурсами.

Відповідно до Закону України „Про інноваційну діяльність” інноваційне підприємство (інноваційний центр, технопарк, технополіс, інноваційний бізнес-

інкубатор тощо) – підприємство (об'єднання підприємств), що розробляє, виробляє і реалізує інноваційні продукти і (або) продукцію чи послуги, обсяг яких у грошовому вимірі перевищує 70 відсотків його загального обсягу продукції і (або) послуги.

Однією з основних особливостей стартап компаній є те, що спочатку може бути значне від'ємне сальдо в фінансових результатах. Це пов'язано з тим, що проєкт тільки набирає оберти і тому необхідно залучити ресурси для активного подальшого розвитку. Але далі, якщо підприємці створили унікальний продукт (цінність, на яку буде попит), та залучили достатньо фінансів на його виробництво й продаж, то прибуток компанії буде активно збільшуватись та нагороджувати інвесторів щедрими дивідендами. Хоча слід врахувати й той факт, що досить не всім щастить вчасно залучити інвестиції або правильно реалізувати задумане. Тому й існує таке негативне співвідношення дефолтних стартапів до успішних (приблизно 95% дефолтних до 5% успішних; крім цього, приблизно 1% з успішних – дуже прибуткові й примножують інвестиції в десятки та навіть в сотні разів).



Рисунок 1. Кроки створення стартапу

Крок 1. Розробка ідеї для бізнесу. Для цього можемо зібрати невелику команду друзів або фахівців, зацікавлених у створенні спільного проєкту. Далі, шляхом мозкового штурму, пропонуємо варіанти й відбираємо найпривабливіші з них.

Крок 2. Після того, як ідея для створення стартапу готова (удамо, що у нас вже є команда: кілька людей, які є експертами в певній сфері та готові разом створювати проєкт), нам необхідно, в першу чергу, перевірити наскільки ця ідея життєздатна. Стів Бланк – експерт інноваційно-технологічного бізнесу, підприємець та дослідник рекомендує "виходити з офісу". Найкращий та дієвий спосіб – вийти із дому (зі свого офісу) й опитати своїх близьких, знайомих та деяких потенційних клієнтів, чи буде наша бізнес-ідея можливим рішенням їх потенційних проблем. Адже щоб на продукт був попит – він повинен бути корисним і таким, що міститиме в собі певну цінність.

Якщо опитування показало, що ми на правильному шляху, та наша ідея має всі шанси на успіх, то потрібно активно переходити на наступний крок.

Крок 3. Проводимо збір грошей на виготовлення прототипу нашого

майбутнього продукту.

"Друзі, сім'я і дурні" (FFF — Friends, Family, Fools) – початкове фінансування (на етапі seed, pre-seed), де генеруються гроші на старт бізнесу від усіх наших друзів та родичів, а також деяких "дурнів" – у даному випадку – це люди, які не мають досвіду в інвестуванні; тому FFF є найбільш ризикованим видом інвестицій для власників стартапів. Це пов'язано з тим, що на бізнес можуть почати впливати люди, які не тільки не поділяють ваші цінності, але й гадки не мають як його розвивати. Більш того, на правах власників початкових грошей, вони можуть впливати на ведення бізнесової діяльності. Такі способи залучення грошових ресурсів також мають безліч позитивних моментів. У першу чергу, це дозволяє зібрати необхідну суму грошей для створення першого прототипу продукту, який буде продаватися і без якого буде дуже складно створювати компанію й залучати зовнішні інвестиції.

Крок 4. Коли закінчився збір необхідної суми грошей – створюємо MVP.

MVP (minimum viable product – мінімально життєздатний продукт) – це створений стартапом якийсь прототип продукту, який підприємці планують продавати. Якщо говорити конкретно про стартапи, то MVP – це прототип інноваційного технологічного продукту, який планують продавати на певному ринку після його тестування за допомогою опитування залучених потенційних клієнтів.

Крок 5. Після того, як створили прототип нашого майбутнього товару, обов'язково починаємо його тестувати шляхом соціальних опитувань. Основне завдання – зробити в кінцевому підсумку саме такий продукт, який би повністю задовольнив потреби клієнтів.

Пам'ятаєте відому фразу з фільму "Діамантова рука": "У вас немає такого ж, але з перламутровими гудзиками? Це просте запитання, але воно таїть у собі великий сенс. Клієнт ніби й знайшов товар, але в ньому чогось не вистачає. Адже підприємці часто створюють продукт таким, яким саме вони його бачать. Буває, що стартапери вклали величезну суму грошей в створення якого-небудь товару (ідеального, на їх погляд), проте його ніхто не купує. Тому слід ретельно уточнити, які характеристики продукту є дуже важливими саме для майбутніх клієнтів.

Крок 6. Після уважного опитування цільової аудиторії та врахування всіх важливих побажань клієнтів, то можна переходити на стадію виробництва товару.

Крок 7. Коли перший продукт створений – починаємо його продавати. Якщо вже є перші продажі й на товар є попит, то це говорить про те, що ми рухаємося в правильному напрямку. Таким чином, можна сміливо вважати, що наша ракета на старті. Але для того, щоб вона почала злітати, необхідно найголовніше – паливо у вигляді інвестицій.

2. Малі підприємства і їх роль у створенні інноваційно-конкурентного середовища

Малими є підприємства, які не відповідають критеріям для мікропідприємств та показники яких на дату складання річної фінансової

звітності за рік, що передує звітному, відповідають щонайменше двом з таких критеріїв:

- балансова вартість активів - до 4 мільйонів євро;
- чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) - до 8 мільйонів євро;
- середня кількість працівників - до 50 осіб.

Натомість, *мікронідприємствами* є підприємства, показники яких на дату складання річної фінансової звітності за рік, що передує звітному, відповідають щонайменше двом з таких критеріїв:

- балансова вартість активів - до 350 тисяч євро;
- чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) - до 700 тисяч євро;
- середня кількість працівників - до 10 осіб.

Середніми є підприємства, які не відповідають критеріям для малих підприємств та показники яких на дату складання річної фінансової звітності за рік, що передує звітному, відповідають щонайменше двом з таких критеріїв:

- балансова вартість активів - до 20 мільйонів євро;
- чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) - до 40 мільйонів євро;
- середня кількість працівників - до 250 осіб.

Одним з факторів, що формують сприятливий інвестиційний клімат у регіоні, є підтримка розвитку малих і середніх підприємств. Політика держави щодо розвитку і підтримки малого та середнього підприємництва (МСП) обумовлено тим, що МСП відіграють важливу роль у підтримці зайнятості, впровадженні інновацій, забезпеченні конкуренції та створенні економічного багатства. Визначимо переваги МСП.

Очевидним є те, що робота в малому і середньому бізнесі:

- залучає до складних, динамічних та ризикованих ситуацій;
- приносить психологічне задоволення;
- дозволяє бути власним керівником;
- гарантує безпеку робочого місця;
- збільшує можливості працевлаштування членів сім'ї;
- збільшує фінансові вигоди.

Малий і середній бізнес вимагає детального підходу з позиції інвестування.

Для інноваційного розвитку МСБ необхідно здійснити певні заходи, а саме:

- 1) координація інноваційної діяльності та стимулювання інновацій;
- 2) створення правової бази інноваційних процесів, у тому числі системи захисту авторських прав інноваторів та охорони інтелектуальної власності;
- 3) кадрове забезпечення інноваційної діяльності;
- 4) формування інноваційної інфраструктури (інноваційні фонди, промислові фінансові групи, холдингові компанії);
- 5) забезпечення соціальної та економічної спрямованості інновацій;
- 6) регіональне регулювання інноваційних процесів;
- 7) здійснення сприятливої кредитної, податкової та митної політики у

сфері інноваційної діяльності;

8) моніторинг реалізації інноваційної політики на підприємствах малого та середнього бізнесу;

9) фінансова підтримка малих підприємств (повне фінансування, часткове фінансування) тощо;

10) забезпечення взаємодії науки, освіти, виробництва, фінансово-кредитної сфери у розвитку інноваційної діяльності;

11) державні замовлення на проведення науково дослідницьких робіт.

Для створення сприятливого інвестиційного клімату малого підприємництва необхідно виконати програму відтворення економіки за такими етапами:

- визначення основних складових інвестиційного середовища та напрямів його удосконалення;

- формування стратегічних напрямів розвитку малих і середніх підприємств регіону;

- визначення основних регіональних особливостей, які сприяють залученню іноземних інвестицій, ресурсного потенціалу виробничого сектора економіки області та створення координаційної системи, яка сприяє розвитку інвестиційного процесу.

Питання для самоконтролю

1. Що таке стартап? Які його основні складові елементи?
2. Чим відрізняється стартап від підприємства?
3. Яка головна роль малих підприємств у створенні інноваційно-конкурентного середовища?

Тема 7. Державне регулювання інноваційного підприємництва

План

1. Принципи державного регулювання інноваційної діяльності
2. Система методів державного регулювання інноваційної діяльності в Україні
3. Інституційне забезпечення підтримки інноваційної діяльності

1. Принципи державного регулювання інноваційної діяльності

Згідно чинного законодавства України основними принципами державного регулювання інноваційної діяльності є:

- орієнтація на інноваційний шлях розвитку економіки України;
- визначення державних пріоритетів інноваційного розвитку;
- формування нормативно-правової бази у сфері інноваційної діяльності;
- створення умов для збереження, розвитку і використання вітчизняного науково-технічного та інноваційного потенціалу;

- забезпечення взаємодії науки, освіти, виробництва, фінансово-кредитної сфери у розвитку інноваційної діяльності;
- ефективне використання ринкових механізмів для сприяння інноваційній діяльності, підтримка підприємництва у науково-виробничій сфері;
- здійснення заходів на підтримку міжнародної науково-технологічної кооперації, трансферу технологій, захисту вітчизняної продукції на внутрішньому ринку та її просування на зовнішній ринок;
- фінансова підтримка, здійснення сприятливої кредитної, податкової і митної політики у сфері інноваційної діяльності;
- сприяння розвитку інноваційної інфраструктури;
- інформаційне забезпечення суб'єктів інноваційної діяльності;
- підготовка кадрів у сфері інноваційної діяльності.

У ринковій економіці держава прямо не регулює інноваційний розвиток підприємства.

Державне регулювання інноваційної діяльності підприємства носить здебільшого індикативний, тобто рекомендаційний характер та проявляється у:

- формуванні та реалізації державної інноваційної політики країни в цілому;
- законодавчому регулюванні здійснення інноваційної діяльності підприємства;
- застосування цільових програм для забезпечення інноваційного розвитку підприємства;
- цільова державна підтримка наукових досліджень та впровадження інновацій на підприємствах;
- сприяння залученню джерел фінансування наукових досліджень та впровадження інновацій на підприємствах;
- сприяння пільговому кредитуванню підприємств, що впроваджують інновації;
- застосування спеціального оподаткування для підприємств, що впроваджують інновації.

2. Система методів державного регулювання інноваційної діяльності в Україні

Система методів державного регулювання інноваційної діяльності в Україні включає:

1. Правові методи, які мають регулюючий вплив через правове регламентування інноваційних видів господарської діяльності та їх пряме адміністрування (ліцензування, патентування, квотування тощо).

2. Організаційно-економічні методи, за допомогою яких держава регулює і стимулює розвиток пріоритетних галузей та сегментів економіки, що надає можливість інноваційного розвитку окремих суб'єктів господарської діяльності. Наприклад, екологічні штрафи змушують багато підприємств забруднювачі знижувати викиди, що зумовлює потребу в інноваційному екологозберігаючому обладнанні, що в кінцевому підсумку активізує ринкові можливості для інноваційного розвитку підприємств-виробників цього обладнання.

3. Методи планування, що передбачають проведення планово моніторингових робіт щодо потенційних можливостей створення і провадження інновацій певних галузей, регіонів, видів діяльності. Зокрема, наявність державного замовлення на виробництво інноваційних видів продукції, стимулює їх виробництво, надаючи підприємствам можливості висхідного розвитку.

4. Методи політичного регулювання через надання різних прав і свобод, зокрема права займатися підприємницькою діяльністю, права на власність

5. Методи соціального регулювання, які впливають на розвиток ринку інноваційних видів товарів через суспільні рухи та різні недержавні організації.

3. Інституційне забезпечення підтримки інноваційної діяльності

Інституційне забезпечення підтримки інноваційної діяльності включає в себе правове регулювання та сукупність спеціально створених державних інституцій, що прямо або опосередковано здійснюють підтримку інноваційної діяльності. Правові передумови державної інноваційної політики закладені в Конституції України, в якій стаття 54 гарантує громадянам свободу наукової, технічної та інших видів творчої діяльності, захист інтелектуальної власності, авторських прав. Стаття 116 зобов'язує Кабінет Міністрів України забезпечувати здійснення економічної політики у сфері освіти, науки і культури. Згідно з пунктом 4 цієї ж статті Кабмін розробляє і здійснює загальнодержавні програми економічного, науково-технічного і культурного розвитку України. Правові підвалини інноваційної діяльності формуються Законами України:

– «Про інноваційну діяльність», у якому викладено базові засади державного регулювання інноваційної діяльності; визначено повноваження Верховної Ради України, Кабінету Міністрів України, органів місцевого самоврядування у сфері інноваційної діяльності; окреслено правові засади реалізації інноваційних проектів, продуктів, підприємств та методологія їх державної реєстрації; специфіка фінансової підтримки та міжнародного співробітництва в галузі інноваційної діяльності;

– «Про науково і науково-технічну діяльність», який визначає організаційні, правові та фінансові засади функціонування та розвитку науково-технічної діяльності;

– «Про пріоритетні напрямки інноваційної діяльності в Україні», що формує правову базу ресурсного забезпечення пріоритетних напрямів науково-технологічного оновлення виробництва, формування вітчизняного ринку конкурентоспроможної наукоємної продукції та її просування на світові ринки;

– «Про спеціальний режим діяльності технологічних парків», який визначає економічні та правові засади запровадження та функціонування спеціального режиму інноваційної діяльності в технологічних парках;

– «Про інвестиційну діяльність», «Про наукову і науково-технічну експертизу», «Про державне регулювання у сфері трансферту технологій», які регулюють окремі аспекти правового забезпечення інноваційної діяльності тощо.

Національна інноваційна система (НІС) – система взаємопов’язаних інститутів, які сприяють генеруванню, накопиченню, трансферу знань, навичок та технологій, що визначають рівень інноваційної конкурентоспроможності держави.

Згідно із Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 17 червня 2009 р. № 680-р «Про схвалення концепції розвитку національної інноваційної системи» національна інноваційна система – це сукупність законодавчих, структурних і функціональних компонентів (інституцій), які задіяні у процесі створення та застосування наукових знань та технологій і визначають правові, економічні, організаційні та соціальні умови для забезпечення інноваційного процесу. Метою розвитку національної інноваційної системи є створення умов для підвищення продуктивності праці та конкурентоспроможності вітчизняних товаровиробників шляхом технологічної модернізації національної економіки, підвищення рівня їх інноваційної активності, виробництва інноваційної продукції, застосування передових технологій, методів організації та управління господарською діяльністю для покращення добробуту людини та забезпечення стабільного економічного зростання.

Ключовими проблемами формування і розвитку НІС в Україні є такі:

- відсутність теоретико-методологічної основи інноваційної політики держави, створення якої дозволить забезпечити планомірність, прозорість, передбачуваність, комплексність інноваційної політики, високу результативність окремих елементів та синергетичний ефект від взаємодії; відсутня єдина науково-обґрунтована і затверджена на урядовому рівні модель інноваційного розвитку країни, що визначила б вибір України за багатьма альтернативними варіантами.

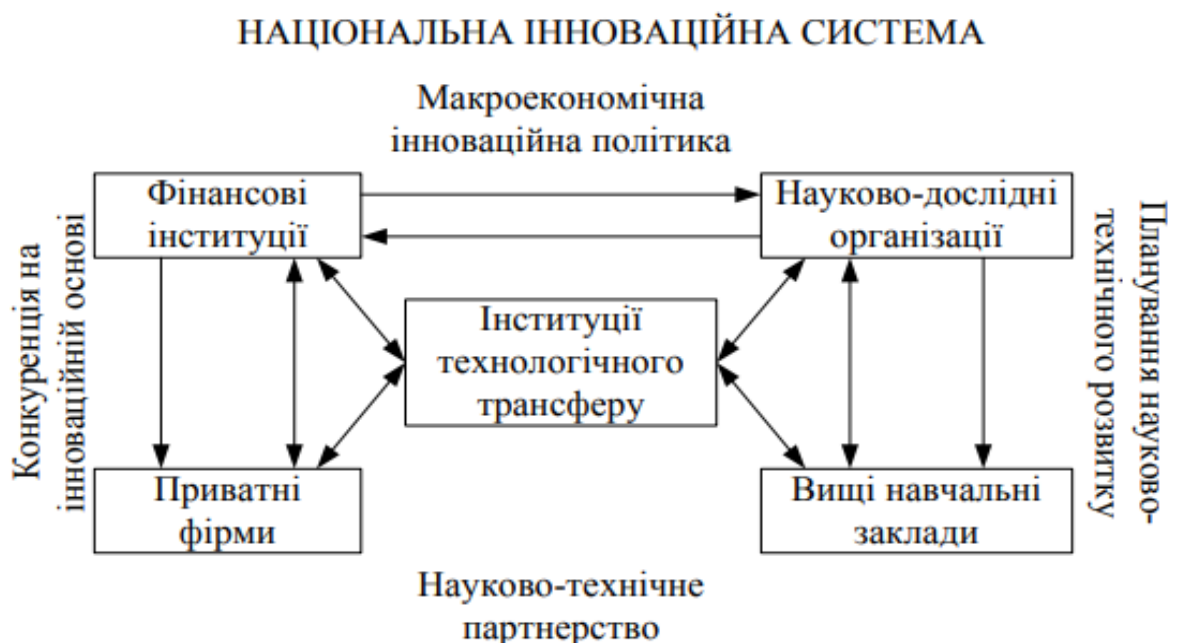


Рисунок 2. Структура національної інноваційної системи

Питання для самоконтролю

1. Охарактеризуйте основні принципи державного регулювання інноваційної діяльності за критеріями їх реального виконання.
2. Що є джерелами фінансування інноваційної діяльності та які з них є пріоритетними?
3. Що є основними факторами необхідності активізації державного регулювання інноваційної діяльності?
4. Які є методи стимулювання інноваційної діяльності?
5. Що є пріоритетними завданнями державного регулювання інноваційної діяльності?
6. У чому полягає індикативний характер державного регулювання інноваційної діяльності?
7. Охарактеризуйте систему методів державного регулювання інноваційної діяльності в Україні?
8. Перерахуйте основні заходи державного регулювання інноваційної діяльності.
9. Охарактеризуйте основні складові інституційного забезпечення підтримки інноваційної діяльності в Україні.

Тема 10. Маркетинг у сфері інноваційного підприємництва

План

1. Сутність і класифікація маркетингових інновацій
2. Особливості основних функцій маркетингу інноваційної продукції
3. Управління торговою маркою та аналіз франчайзингової форми використання бренда в контексті інноваційного маркетингу

1. Сутність і класифікація маркетингових інновацій

Маркетинг інновацій передбачає реалізацію традиційних функцій та завдань маркетингу в процесі створення та поширення інновацій задля найкращого задоволення потреб і запитів споживачів і виробників.

Суть маркетингу інновацій може бути визначена як систематична активність щодо розробки й просування на ринку нових товарів, послуг та технологій для задоволення потреб і запитів споживачів (та суспільства) у більш ефективний, ніж у конкурентів, спосіб на основі підвищення потенціалу підприємства, пошуку нових напрямів і засобів його використання з метою отримання прибутку і забезпечення умов тривалого виживання й розвитку на ринку. Під інноваційним маркетингом слід розуміти використання новітніх інструментів у комплексі маркетингу (у дослідженні ринку, сегментації, просуванні, товарній, ціновій політиці, комунікаціях). Маркетинг інновацій є концепцією, згідно з якою організація повинна безперервно вдосконалювати

продукцію і методи маркетингу, здійснювати наукові розробки, дослідно – експериментальні дослідження, організацію виробництва інновацій, дослідження ринку (з використанням елементів бенчмаркінга), налагодження комунікацій, формування цін та розробку інноваційних стратегій.

Маркетинг інновацій можна розглядати також з таких позицій:

1) як аналітичний процес, що передбачає виявлення ринкових можливостей інноваційного розвитку;

2) як засіб активного впливу на споживачів та цільовий ринок у цілому, що пов'язаний з виведенням та просуванням інновації на ринок;

3) як функцію інноваційного менеджменту, спрямовану на виявлення можливих напрямків інноваційної діяльності, їх матеріалізацію і комерціалізацію. При цьому можна одночасно розглядати інноваційний менеджмент як функцію маркетингу інновацій, спрямовану на втілення досягнень науки і техніки у нові товари, здатні задовольнити потреби і запити споживачів та забезпечити товаровиробнику (продавцю) прибуток;

4) як засіб (ринковий інструментарій) орієнтації окремих суб'єктів господарювання, а разом з тим і національної економіки у цілому, на інноваційний розвиток.

При здійсненні інноваційної діяльності важливу роль відіграє вибір принципів реалізації маркетингових заходів. Можна ідентифікувати такі основні принципи маркетингу інновацій:

1) націленість на досягнення кінцевого практичного результату інновації;

2) захоплення певної частки ринку відповідно до довгострокової мети, яка поставлена перед інноваційним проектом;

3) інтеграція дослідницької, виробничої та маркетингової діяльності в систему менеджменту підприємства;

4) орієнтація на довгострокову перспективу, що вимагає ретельної уваги до прогностичних досліджень, розроблення на їх основі інновацій, що забезпечують високопродуктивну господарську діяльність;

5) застосування взаємозалежних і взаємоузгоджених стратегій і тактики активного пристосування до вимог потенційних споживачів інновації з одночасним цілеспрямованим впливом на їх інтереси.

2. Особливості основних функцій маркетингу інноваційної продукції

Маркетинг інноваційної продукції має свої особливості, які в значній мірі відрізняють його від маркетингу традиційної добре відомої споживачам продукції:

1. Особливості аналізу попиту на інновації. Всі потреби та запити споживачів поділяються на три основні групи: задоволені, незадоволені та нові. Перші дві групи потреб відносяться до тих, що формують існуючий попит, остання – до тих, що формують новий попит під впливом пропозиції.

2. Особливості прогнозування попиту на інновації. Процес прогнозування попиту передбачає виявлення перспектив розвитку ринку на основі вивчення певних причинно-наслідкових зв'язків та закономірностей.

3. Особливості в товарній інноваційній діяльності. Згідно до концепції маркетингу будь-яке підприємство працює на ринку, маючи певну місію. Доцільно зазначити, що споживачі будуть надавати перевагу тим товарам, які більшою мірою відповідають їх потребам та запитам, що постійно зростають і змінюються. Саме з цієї причини товаровиробники намагаються вдосконалювати свої товари або створювати принципово нові, що спонукає їх займатись науковою, науково-технічною та інноваційною діяльністю (або використовувати результати цих діяльностей інших суб'єктів). Ці види діяльності мають як певні спільні так і відмінні риси. Головною спільною рисою є їх характер новизни. Для того, щоб науково-технічна діяльність мала в подальшому певний комерційний зиск для її суб'єктів виникає необхідність в маркетинговому супроводі всього наукового та науковотехнічного процесу.

4. Особливості стимулювання попиту на інноваційну продукцію. Для стимулювання споживачів традиційно використовують основні інструменти маркетингових комунікацій, а саме: реклама, зв'язки з громадськістю (піар), пропаганда, стимулювання збуту, прямий маркетинг.

5. Особливості в маркетинговій політиці розподілу інноваційної продукції. Доцільно зазначити, що просування інноваційної продукції потребує формування нових каналів збуту продукції, адже споживачі-новатори бажають не просто купувати інноваційні товари, а купувати їх в інноваційних і зручних для себе місцях. Так, на сьогодні вже сформувався декілька напрямків інноваційних каналів збуту:

1. Збут товару через мережу Інтернет. Інтернет-магазини – продаж товарів через сайти з наступною їх доставкою поштою чи кур'єром або за допомогою засобів мережі Інтернет (в разі існування електронної форми товару): магазини побутової техніки (Технополіс, Фокстрот, Ельдорадо), Інтернет-супермаркети (Rozetka), магазини одягу (Bonprix) тощо. На сьогодні існує чимало безкоштовних конструкторів створення інтернет-магазинів, які велика кількість підприємців використовує для створення своїх каналів збуту. Надання послуг за допомогою мережі: дистанційне навчання; купівля електронних квитків на літак, потяг; банківські послуги тощо.

2. Використання QR-кодів для збуту продукції: для скачування файлів, музики, відео, в туризмі для лотереї – кожен хто відсканував код є учасником розіграшу цінних подарунків, для купівлі квитка на літак або потяг та ін.

3. Телемагазин – стимулювання збуту та продаж товару за допомогою звернення з екранів телевізора з наступним замовленням за телефоном та доставкою поштою (кур'єром): Topshop, Телемедіа і т.п.

4. Вендінг – продаж товарів через торгові автомати: напої, їжа, іграшки, квитки на літак чи потяг, алкогольні напої, цигарки, книжки тощо.

3. Управління торговою маркою та аналіз франчайзингової форми використання бренда в контексті інноваційного маркетингу

Інноваційний шлях розвитку дозволяє віднайти нових споживачів, нові ринки, більш широко реалізувати внутрішні можливості підприємства. Інновація потребує маркетингу її на ринку, тому маркетинг інновації є цілим

процесом розроблення й прийняття товарних, цінових, стимулюючих та збутових рішень. Успіх інновацій у конкурентній боротьбі значно визначається правильно розробленою торговою маркою, визначеною бренд-стратегією й ефективністю її застосування. Створення сильного бренда або посилення позицій існуючої торгової марки залежить від низки чинників, серед яких і використання інновацій. Інноваційний бренд не лише краще задовольняє вимоги споживачів, але й надає переваги власнику (вищі ціни, більші обсяги, краще сприйняття тощо). Якщо говорити про інновацію, вироблену під відомим іменем товаровиробника (брендом), то потрібно зазначити, що апріорно вона має більш високі шанси на успіх, оскільки сприйняття її ринком має бути спрощене брендом, під яким вона просувається.

Створення бренда повинне охоплювати основні п'ять етапів:

- 1) пошук унікальності товару;
- 2) пошук оптимального упакування;
- 3) пошук оптимального імені;
- 4) «розкручування» торгової марки;
- 5) постійна підтримка торгової марки, а потім – бренда.

Модель створення та управління маркою або брендом з урахуванням основ інноваційного маркетингу, ґрунтується на основних функціях менеджменту та включає основні етапи.

1. Першочергово необхідно провести відповідні дослідження, які потребують ринок, товар (товар-новинка) та підприємство. Результатом проведених досліджень має бути виявлення сприятливих умов і перешкод для запровадження брендингу і розвитку брендингової діяльності.

2. Обґрунтування можливостей брендингу і територіальне визначення бренда, тобто підприємство може не мати можливостей для створення, наприклад, національного бренда, але може мати всі підстави для створення й управління брендом внутрішньорегіонального чи обласного значення.

3. Для створення нової торгової марки, зокрема, вдалої марочної назви, потрібно спочатку визначити її позицію на ринку й у свідомості покупця серед марок-конкурентів. Здійснити позиціонування можна за співвідношенням «ціна-якість», за конкурентною перевагою, за споживачем, за сферою застосування, за різновидом товару, за особливостями технології тощо.

4. Відповідно до позиції здійснюється розроблення нової торгової марки.

5. Розвиток брендингової діяльності як загалом, насамперед визначається управлінням торговою маркою (брендом), а також реалізацією поставлених завдань на рівні виконання.

Кобрендинг – використання двох або більше брендів для формування спільної довгострокової пропозиції.

Також ще недостатньо поширеним для українського ринку, а особливо в практиці вітчизняних підприємств, є використання сенсорного брендингу, тобто застосовування для передавання інформації про бренд усіх органів чуття людини – зору, слуху, нюху, дотику смаку. Тому якщо говорити про маркетинг інновації бренда, то доцільно «прив'язати» до цього процесу й франчайзинговий спосіб ведення бізнесу. Дійсно, просування інновації на ринок під відомим брендом шляхом розгалуження франчайзингових одиниць є

обґрунтованою стратегією маркетингу такої інновації. Як відомо, франчайзинг – це така організація бізнесу, за якої компанія (франчайзер) передає незалежній людині або компанії (франчайзі) право на продаж продукту або послуг цієї компанії. Франчайзі зобов'язується продавати цей продукт або послуги за заздалегідь встановленими законами і правилами ведення бізнесу, які встановлює франчайзер. В обмін на здійснення всіх цих правил франчайзі одержує дозвіл використовувати ім'я компанії, її репутацію. Аналізуючи основні переваги, які розкриває франчайзинговий спосіб ведення діяльності та застосовуючи їх для аналізу характеристик окремих етапів процесу маркетингу інновації (зокрема – брендової), можна сказати, що франчайзинг можна розглядати як дієвий поштовх у маркетингу інновації на ринку.

Питання для самоконтролю

1. Сутність і класифікація маркетингових інновацій
2. Які особливості основні функції маркетингу інноваційної продукції?
3. Управління торговою маркою та аналіз франчайзингової форми використання бренда в контексті інноваційного маркетингу.
4. Формування критеріальної бази для оцінки альтернатив маркетингових інноваційних рішень.

Тема 11. Фінансування інновацій в малому бізнесі

План

1. Інноваційна активність малого бізнесу в Україні: стан, фінансові проблеми та перспективи
2. Система механізмів інвестування малих підприємств

1. Інноваційна активність малого бізнесу в Україні: стан та перспективи

Інновації та інноваційна діяльність є передовсім актуальними для вітчизняних підприємств промисловості та наукоємних високотехнологічних галузей, зокрема, таких як комп'ютерні та телекомунікаційні технології, хімія, фармацевтична промисловість, ракетобудування та авіабудування, приладобудування тощо. Аналіз інноваційної діяльності вітчизняних підприємств свідчить про те, що інноваційна активність вітчизняних підприємств є вкрай низькою. Підвищення інноваційного потенціалу малого підприємництва є одним із головних напрямів політики державного регулювання малого і середнього бізнесу в Європейському Союзі. Поширеною є пряма підтримка розроблення інноваційних продуктів та процесів через надання підприємствам грантів та пільгових кредитів, а також консультативної та інформаційної підтримки через мережу інкубаторних технологій.

Основними причинами низької інноваційної активності малих підприємств можна назвати:

- несформованість економічних стимулів щодо залучення інвестиційних ресурсів в інноваційні процеси, зокрема й доступність кредитних ресурсів;
- обмежений обсяг фінансування наукової та інноваційної діяльності з державного бюджету (< 1 % ВВП); – відсутність органів публічного управління інноваційною діяльністю, недосконалість інституційного середовища;
- несформованість умов для розвитку інноваційної інфраструктури (технопарків, технополісів, високотехнологічних інноваційних підприємств, венчурних фондів, центрів трансферу технологій та ін.);
- недосконалість інституційного забезпечення трансферу технологій, невизначеність організаційно-правових засад функціонування кластерів, неналежний рівень організації інформаційного забезпечення, що перешкоджає розвитку науково-дослідної та технологічної кооперації в інноваційній сфері;
- погано налагоджена співпраця в ланцюжку “освіта–наука–підприємство” (підготовка висококваліфікованих кадрів, виконання наукових розробок на замовлення підприємства тощо).

Для активізації інноваційної діяльності малих підприємств в Україні необхідними кроками є: реалізація спеціальних програм інноваційного розвитку, формування інноваційної інфраструктури, налагодження тісної співпраці між науковими закладами та підприємствами на основі комерціалізації, розроблення та впровадження дієвого алгоритму фінансового забезпечення інноваційної діяльності.

2. Система механізмів інвестування малих підприємств (МП)

Для підвищення ефективності кредитної підтримки МП необхідно створити систему лізингових послуг, франчайзингу, страхування інвестиційних ризиків у сфері МП; надати систему державних гарантій; створити банки підтримки інноваційного підприємництва; гарантійні фонди для іноземних інвестицій. У рамках державного фонду підтримки МП і регіональних фондів слід створити систему гарантій для малих підприємств при одержанні ними інвестиційних кредитів у комерційних банках і поверненні лізингових платежів. Важливо стимулювати зовнішньоекономічну активність МП.

Для цього треба виділити йому визначену частку іноземних кредитів, наданих за міжурядовими угодами, і резервувати за цим сектором економіки частину квот по кожному експортному товару. Необхідно забезпечувати сприятливі умови для об'єднань малих підприємств (кластерів) з метою пріоритетної участі в інвестиційних конкурсах. Доцільно резервувати певну частку замовлень на інноваційне виробництво і постачання окремих видів продукції і товарів державного призначення. Необхідною є активізація державної підтримки кредитування і страхування МП, стимулювання його інвестиційної активності.

Для підвищення інноваційної діяльності на малих підприємствах можна запропонувати систему стимулів у вигляді створення венчурних інноваційних фондів; державного субсидування; бюджетного фінансування пріоритетних

напрямів розвитку економіки України.

При виборі джерел фінансування враховуються фактори вартості залученого капіталу, його віддачі, співвідношення власного і залученого капіталів.

Основними джерелами фінансування інноваційної діяльності МП в Україні є: самофінансування, кошти позабюджетних фондів, кредитні ресурси інвестиційних та інноваційних банків; бюджетні асигнування; кошти іноземних комерційних фірм і компаній, міжнародних організацій, банків; національних та іноземних наукових фондів; власні кошти малих підприємств тощо. Структура й організаційні форми джерел фінансування інноваційної діяльності МП пов'язані з етапами інноваційного процесу й характером впроваджуваних нововведень.

У розвинених країнах найбільшим інвестором новацій є держава. Основним джерелом, що забезпечує вирішення масштабних науково-технічних та інноваційних програм, є кошти бюджету держави.

Тривалий час практично єдиним джерелом коштів для реалізації інноваційних проектів в Україні був Державний інноваційний фонд (ДІФ). Саме цей фонд і галузеві фонди здійснювали фінансування технологічних розробок і виробництва інноваційної продукції. У 2000 р. фонд ліквідовано, а на його базі створено Українську державну інноваційну компанію (УДІК) (ДЕРЖАВНА ІННОВАЦІЙНА ФІНАНСОВО-КРЕДИТНА УСТАНОВА). Суттєвим джерелом фінансування інноваційного малого підприємництва є інноваційні фонди. В Україні існують спеціальні фонди підтримки інноваційної діяльності на різних етапах її реалізації: від фундаментальних досліджень до комерціалізації нововведень. Фонд сприяння розвитку МП у науково-технічній сфері може надавати фінансову підтримку високоефективним проектам, які розробляють на малих підприємствах. Позабюджетні фонди фінансування підтримки інновацій необхідні для фінансування розробки науково-технічних програм та освоєння нових видів продукції. Вони можуть створюватися в міністерствах, в окремих містах чи регіонах, а також у межах інтеграційних структур – холдингів, консорціумів, регіональних кластерів, віртуальних організацій. Джерелами недержавної системи фінансування інноваційних проектів в Україні є: кошти, які мобілізують шляхом емісії цінних паперів; власні кошти підприємств; кредити комерційних банків; спеціалізовані інноваційні й добродійні фонди; кошти інвестиційних фондів або інститутів спільного інвестування, інших підприємств та організацій, зацікавлених у виробництві та впровадженні нової продукції й технологій. Ураховуючи те, що застосування технологічних нововведень на українських підприємствах здійснюють в основному за рахунок власних коштів, особливе значення для стимулювання інвестицій в інновації мають амортизаційні відрахування і гнучка податкова політика. Результативність й успішність інноваційної діяльності залежить від залучення кредитних ресурсів банківських установ. Банки стають одним з учасників інноваційного процесу, забезпечуючи не тільки фінансування, а й зв'язок між усіма учасниками – державою, інноваційними та інвестиційними фондами, науково-технічними установами, споживачами наукомісткої продукції.

Серед суттєвих причин, що обмежують довгострокове інноваційне кредитування, слід виділити такі: тривалий строк реалізації і значні обсяги інвестицій в інноваційні проекти; високий рівень процентних ставок по банківських кредитах; ризик зміни процентних ставок у зв'язку з нестабільністю в економіці; високий рівень інфляції; низька ліквідність об'єктів застави під інноваційні кредити.

Одним із джерел фінансування інноваційного підприємництва є венчурний капітал, частка якого на інвестиційному ринку в розвинених країнах складає 25%.

Для актуалізації інноваційної діяльності МП і реалізації механізму їх фінансово-кредитної підтримки важливо здійснити такі фінансові заходи:

- забезпечити фінансування інноваційного процесу, підвищити частки фінансування витрат на науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи;
- розробити та реалізувати системи заходів з активізації інвестиційної діяльності комерційних банків, зацікавити їх у довгостроковому кредитуванні інноваційних проектів та застосуванні нетрадиційних способів фінансування таких як: франчайзинг, лізинг, факторинг та форфейтинг;
- надати прями іноземні інвестиції в інноваційні процеси в Україні;
- сприяти розвитку інвестиційно-фінансового сектора економіки: фондового ринку, венчурного підприємництва;
- забезпечити державну підтримку інноваційного підприємництва за допомогою створення венчурних фондів, капітал яких формуватиметься за участю держави;
- сприяти розвитку інноваційних МП, що забезпечить розповсюдження інноваційного підприємництва та економічної конкуренції у його середовищі.

Питання для самоконтролю

1. Назвіть основні елементи системи механізмів інвестування.
2. Механізми мобілізації власних, позикових та залучених коштів.
3. Формування та оптимізація складу інвестицій для фінансування інновацій.
4. Яка роль венчурного капіталу у фінансуванні МП?
5. Які перспективи інноваційної активності малого бізнесу в Україні?

Тема 12. Ризики в інноваційному підприємстві

План

1. Суть ризиків та особливості їх прояву в інноваційній діяльності підприємств.
2. Чинники формування ризиків в інноваційній діяльності підприємства.

1. Суть ризиків та особливості їх прояву в інноваційній діяльності підприємств

Ризик – це можливість настання подій з негативними наслідками в результаті певних рішень чи дій. Ризик – це добуток імовірності на збиток.

Причини виникнення невизначеності господарської діяльності підприємства об'єднуються у декілька груп:

- недетермінованість суспільних та господарських процесів, що є наслідком відсутності можливості щодо повного передбачення і прогнозування усіх процесів діяльності підприємства;

- відсутність повної та якісної інформації про стан та тенденції розвитку ринку;

- вплив суб'єктивних чинників на результати аналізу діяльності підприємства внаслідок різного рівня кваліфікації працівників, що здійснюють такий аналіз, приховування частини інформації, дезінформації.

Чим вищим є ступінь невизначеності при здійсненні інноваційної діяльності підприємства, тим складнішим повинен бути інструментарій прийняття управлінських рішень.

Підприємницький ризик проявляється у різних аспектах. З одного боку, ризик зорієнтований на отримання позитивних результатів ефективними способами в умовах невизначеності. Ця характеристика ризику є базовою передумовою для здійснення підприємством інноваційної діяльності. З іншого боку, ризик може зумовити несприятливі соціально-економічні наслідки, оскільки вибір альтернативи завжди базується на неповній і часто недостовірній інформації на момент прийняття рішення. Ця характеристика зумовлює необхідність управління ризиками інноваційної діяльності підприємства.

Інноваційна функція ризику проявляється через стимулювання пошуку нетрадиційних шляхів вирішення проблем, що постають перед підприємцем. На практиці дуже часто реалізація ризикових рішень призводять до більш ефективного виробництва та задоволення інтересів усіх стейкхолдерів підприємства.

Правила прийняття рішення щодо мінімізації ризиків при здійсненні інноваційної діяльності підприємства базуються на різних способах вибору варіанту рішення, зокрема:

- вибір варіанту рішення при умові, що відомі ймовірності настання певних господарських ситуацій;

- вибір варіанту рішення при умові, що ймовірності можливих господарських ситуацій невідомі, але є оцінки відносних значень їх настання і наслідків;

- вибір варіанту рішення при умові, що ймовірності можливих господарських ситуацій невідомі, однак можна розрахувати ймовірні результати вкладення капіталу.

Організаційне забезпечення управління ризиками інноваційної діяльності підприємства охоплює систему заходів, що спрямовані на раціональне поєднання всіх елементів в єдину технологію процесу управління ризиком загалом. Організація управління ризиками інноваційної діяльності

підприємства передбачає визначення певного організаційного елементу управління ризиком. Ним може бути фінансовий менеджер, менеджер з ризику або відповідний апарат управління, який займається певним інноваційним проектом.

Як функціональна система управління ризиками інноваційної діяльності включає процес визначення ризикових вкладень капіталу, визначення ймовірності настання події і виявлення ступеню й величини ризику, аналіз зовнішнього середовища, вибір стратегії управління ризиком та способів його зниження та проведення цілеспрямованого впливу на ризик.

Таким чином, система управління ризиками інноваційної діяльності є особливим видом діяльності, спрямований на пом'якшення впливу ризику на кінцеві результати діяльності підприємства.

Управління ризикозахищеністю інноваційної діяльності підприємства передбачає:

- використання всього спектру управлінського інструментарію з метою уникнення або зниження ступеня ризику;
- контроль ризику у випадку неможливості уникнення ризику у повній мірі;
- оптимізація ступеню ризику через максимально можливе зменшення ймовірності потенційних збитків;
- свідоме прийняття або збільшення ступеня ризику у випадку підприємницької інтуїції щодо отримання певних вигод.

Суб'єктом управління ризиками інноваційної діяльності підприємства є спеціальна група людей (фінансові менеджери, фахівці зі страхування.), що здійснює цілеспрямований вплив на протікання інноваційного процесу, використовуючи різні управлінські функції. Управлінські функції, що використовуються в інноваційній діяльності є класичними функціями менеджменту, однак при їх застосуванні в інноваційній діяльності набувають нового змістового наповнення.

До основних функцій щодо зниження ризику, що використовується суб'єктом управління в інноваційній діяльності належать прогнозування; організація; регулювання; координація; стимулювання; контроль.

Практично всі діючі концепції управління ризикозахищеністю підприємства базуються на використанні наступних правил:

1. Недоцільно ризикувати більше, ніж це може дозволити власний капітал, тобто перш ніж прийняти рішення в умовах ризику, підприємець повинен:

- визначити максимально можливий обсяг збитків у випадку настання ризикової події;
- порівняти його з обсягом вкладеного капіталу і власних фінансових ресурсів, щоб визначити, чи не приведуть ці збитки до банкрутства підприємства.

2. Недоцільно ризикувати більшим заради меншого. Підприємець, знаючи максимально можливу величину збитку, повинен визначити, до чого він може призвести, яка імовірність ризику, з метою прийняття виваженого рішення.

Необхідно прогнозувати наслідки ризику через порівняння очікуваного результату з можливими втратами, яких зазнає підприємець у випадку настання ризикової події. Тільки при прийнятному для підприємця співвідношенні віддачі і можливих втрат слід приймати рішення про реалізацію ризикового інноваційного проекту. При цьому важливо встановити, як впливає на результати діяльності конкретний вид ризику, однак спочатку потрібно оцінити ймовірність того, що певна подія відбудеться, а потім, якими будуть її наслідки на успішність діяльності підприємства.

2. Чинники формування ризиків в інноваційній діяльності підприємства.

У загальному сенсі існують такі основні причини невизначеності і спричиненого нею ризику щодо розробки й виведення нового товару на ринок:

- неточність, неповнота і суперечливість інформації, які стали базою для прийняття інноваційних рішень;
- несподівані або випадкові зміни умов інноваційної діяльності і господарювання загалом, зумовлені чинниками зовнішнього і внутрішнього середовища;
- активна протидія з боку інших контрагентів ринку.

Ризики інноваційних проектів для підприємства-інноватора часто проявляються в тому, що нова продукція не реалізується у визначених обсягах та за визначеними цінами, збільшуються терміни реалізації інноваційного проекту, через що має місце недоотримання прибутку або ж збитки.

Джерелом ризику інноваційної діяльності підприємства є вплив факторів мікро- і макросередовища, а також факторів внутрішнього середовища.

Ризики, спричинені впливом факторів макросередовища поділяються на:

- економічні, оскільки зміна економічної ситуації може привести до втрати конкурентоспроможності інноваційної продукції;
- політико-правові, які проявляються у вигляді можливих несприятливих змін суспільного або правового середовища підготовки або реалізації інноваційних проектів;
- соціально-демографічні, які виникають через конфлікт інтересів різних соціальних груп населення, що може спричинити несприйняття інновації на початку інноваційного процесу або після виведення інновації на ринок;
- екологічні, які проявляються як потенційні втрати товаровиробників через екодеструктивні наслідки споживання або виробництва товарів;
- технологічні, які виникають через можливі зміни в науково-технологічному прогресі.

В практиці діяльності підприємств мінімізація ризиків, спричинених впливом чинників макросередовища здійснюється через диверсифікацію виробництва й збуту, раціоналізацію відбору видів господарської діяльності шляхом максимального використання сприятливих можливостей і уникнення впливу деструктивних факторів.

Ризики, спричинені впливом факторів мікросередовища поділяються на:

- конкурентні, які виникають унаслідок випереджаючих щодо

інноваційної діяльності дій конкурентів;

- постачальницькі, що зумовлені складністю отримання нових видів ресурсів для виробництва інноваційної продукції;

- комерційні, які виникають внаслідок змін умов взаємодії з торговельними і збутовими посередниками, які не завжди можуть у повній мірі адекватно та швидко відреагувати на зміну асортименту підприємства - товаровиробника;

- споживчі, які виникають через дію раціональних очікувань споживачів та зміни у їх запитах;

- стейкхолдерні, які зумовлені причиняються змінами взаємодії з різними групами зацікавлених сторін організації, інтереси яких стосовно інновацій можуть бути прямо протилежними.

Для мінімізації цих ризиків необхідно аналізувати здійснювати стратегічний діалог зі стейкхолдерами підприємства та приводити характеристики інновації у відповідність з ними. За міжнародним стандартом соціальної відповідальності ISO 26000, «стейкхолдер» або заінтересована сторона – це:

- особа або група осіб, яка має інтерес у будь-яких рішеннях або діях організації.

- група людей, яка так чи інакше впливає на діяльність підприємства та навпаки;

- заінтересовані сторони (партнери, співробітники, клієнти, громадськість, громадські організації, громади, державні органи);

- всі, хто має певне відношення до продукції підприємства або до його діяльності.

З цією метою доцільно здійснювати аналіз стейкхолдерів. Аналіз стейкхолдерів - це процес, за допомогою якого можна визначити та оцінити важливість ключових груп людей або організацій, які здатні вплинути на діяльність. Основним алгоритмом дій при аналізі стейкхолдерів є:

- визначення групи людей та організації, що впливають на діяльність організації;

- з'ясування точки зору цих груп;

- допомога кожній групі зрозуміти погляди на інноваційний процес інших груп заінтересованих сторін;

- визначення спільного бачення результатів інноваційної діяльності підприємства, що відповідатимуть якомога більшій кількості побажань стейкхолдерів

- розробка стратегії для отримання підтримки інноваційної діяльності та усунення перешкод на шляху успішного впровадження інноваційної діяльності підприємства.

В управлінні ризиками інноваційної діяльності підприємства значну увагу приділяють внутрішнім ризикам підприємства-інноватора, величина якого обумовляється специфікою діяльності підприємства та рівнем його менеджменту. Внутрішні ризики інноваційної діяльності підприємства посідають проміжне місце між об'єктивними і суб'єктивними ризиками, оскільки мають елементи обох груп.

- Основними факторами внутрішнього інноваційного ризику є:
- система управління підприємством і ступінь її гнучкості;
 - ступінь узгодження інтересів внутрішніх стейкхолдерів підприємства;
 - ступінь резервування виробничих площ, виробничі потужності і їх гнучкість;
 - систему управління якістю та використовувані технології;
 - маркетинг;
 - систему підготовки і перепідготовки кадрів;
 - структуру кадрів за рівнем освіти, кваліфікації і віком;
 - місцезосташування підприємства щодо ринків збуту, джерел сировини, транспортного сполучення;
 - форму господарювання і форму власності;
 - імідж.

Питання для самоконтролю

1. Що, на Вашу думку, є основною причиною невизначеності господарської і, як наслідок, інноваційної діяльності підприємства?
2. У чому проявляється інноваційна функція ризику?
3. Розкрийте суть організаційного та функціонального забезпечення управління ризиками інноваційної діяльності.
4. У чому полягає суть процесу управління ризиками інноваційної діяльності?
5. Що включає у себе керована та керуюча система управління ризиками інноваційної діяльності?
6. Розкрийте зміст та особливості прояву управлінських функцій, що використовуються в інноваційній діяльності.
7. Сформулюйте правила поведінки менеджера при підготовці і реалізації інноваційних проектів.

Рекомендована література

Основна література

1. Аньшина В.М. Инновационный менеджмент: Концепции, многоуровневые стратегии и механизмы инновационного развития: Учеб. пособие / Под ред., А.А. Дагаева. – 3-е изд., перераб., доп. – М.: Дело, 2007. – 584 с.
2. Багрова І.В., Черевко О.Л. Дослідження теоретичних засад інноваційного розвитку в рамках еволюції теорії економічної динаміки / Багрова І.В., Черевко О.Л. // Монографія. Фінансово-економічні проблеми інноваційного розвитку. – УДПУ ім. П.Тичини. – 2012. – С. 71-80
3. Батукова Л. Р. Инновационное развитие социально-экономических систем: структуризация мировой экономики на основе инновационного разделения труда / Л. Р. Батукова // Актуальные вопросы экономики и управления: материалы междунар. науч. конф. (г. Москва, апрель 2011 г.).Т. I. – М.: РИОР, 2011. – С. 95-97.
4. Бунчук М. Национальные инновационные системы: основные понятия и приложения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.geocities.ws/CollegePark/Lab/5590/nis.htm>
5. Волков О., Денисенко М., Гречан Л. Економіка та організація інноваційної діяльності. / Волков О., Денисенко М., Гречан Л. - К.: ЦУЛ, 2007. 662 с.
6. Волков О., Денисенко М. Гречан Л. Інноваційний розвиток промисловості України. / Волков О., Денисенко М. Гречан Л. - К.: КИТ, 2006. - 648 с.
7. Гарін А. Структура классификации процессов. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.klubok.net/article2542.html>
8. Горлачук В. В., Яненко І. Г. Базові показники, цілі та критерії оптимізації бізнес-процесів [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://lib.chdu.edu.ua/pdf/posibnuku/294/113.pdf>
9. Загорна Т.О., Коломицева А.О. Формування бізнес-моделі підприємства . навчальний посібник / Т.О. Загорна, А.О. Коломицева. – Донецьк: СПД Купріянов. – 2010. – 403 с.
10. Захарченко В.И. Инновационная система региона / В. И. Захарченко, Н. Н. Меркулов. - Одесса : Наука и техника, 2005. – 116 с.
11. Захарченко В.И. Нововведения: мотивация, моделирование, эффективность : монография / В. И. Захарченко. - Одесса : ОИУМ, 2002. - 278 с.
12. Захарченко В.И. Реструктуризация и аутсорсинг на предприятии / Захарченко В.И, Борисов О.Г., Молина Е.В.. - Одесса : НИЦ, 2005. - 80 с.
13. Захарченко В.І., Корсікова Н.М., Меркулов М.М. Інноваційний менеджмент: теорія і практика в умовах трансформації економіки. Навчальний посібник. / В.І. Захарченко, Н.М. Корсікова, М.М. Меркулов - К.: Центр учбової літератури, 2012. - 448 с.
14. Егоров И. Наука и инновации в процессах социально-экономического развития./ Егоров И. – К., 2006. – 334 с

15. Економіка й організація інноваційної діяльності. Начальний посібник. - Луцький національний технічний університет. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://lib.lntu.info/book/fb/pesp/2012/12-40/page3.html>
16. Ілляшенко С.М. Інноваційний менеджмент: підручник./ С.М. Ілляшенко - Суми: Університетська книга, 2010. - 334 с
17. Инноватика / Б. В. Гринев, В. А. Гусев. – Харьков: "Институт монокристаллов", 2004. - 452 с.
18. Інноваційний розвиток економіки: модель, система управління, державна політика / За ред. Л. І. Федулової. — К.: Основа, 2005. – 552 с.
19. Каленская Н.В. Маркетинг инноваций. - Навчальний посібник ФГАОУ ВПО Казанский (приволжский) федеральный университет 2012р. -186 с. http://kpfu.ru/docs/F1117615969/Kal_Upos_1.pdf
20. Кафлевський В. В Інфраструктура ринку інновацій та його складові [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://econjournal.vsau.org/files/pdfa/787.pdf>
21. Кондратьев Н.Д. Большие циклы конъюнктуры / Н. Д. Кондратьев // Вопросы конъюнктуры. - 1925. - № 1.
22. Котлер Ф. Основы маркетинга / [Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Д., Вонг В.]. - М. : Ростинтэр, 2003. - 587 с.
23. Кузьмін О. Є., Подоляк Н.Ю. Управління ризиками в інноваційній діяльності. Навчальний посібник. Друге видання перероблене і доповнене. Львів: Видавництво Львівська політехніка., 2012. - 240с.
24. Кураленко О. Г. Методологические вопросы инновационного развития экономических систем [Текст] / О. Г. Кураленко // Молодой ученый. — 2011. — №10. Т.1. — С. 127-130.
25. Іващук К.О. . Інформаційно-комунікаційні технології – як сучасний засіб навчання в освіті [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://klasnaocinka.com.ua/ru/article/informatsiino-komunikatsiini-tekhnologiyi--yak-suc.html>
26. Мамотенко Д.Ю. Оцінка ефективності інвестиційних проектів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/2011/1/32.pdf>
27. Менеджмент та маркетинг інновацій / За ред. С. М. Ілляшенка. — Суми: "Університетська книга", 2004. — 616 с.
28. Микитюк П. П. Інноваційний менеджмент / П. П. Микитюк. - К.: ЦУЛ, 2007. – 400 с.
29. Микитюк П. П, Крисько Ж. Л., Овсянюк-Бердадіна О. Ф., Скочиляс С.М. Інноваційний розвиток підприємства. Навчальний посібник. – Тернопіль: ПП «Принтер Інформ», 2015. – 224 с.
30. Несинова С.В. (ред.) Господарське право України Навчальний посібник. /Несинова С.В., Воронко В.С., Чебикіна Т.С. за заг. ред. С. В. Несинової. –К.: Центр учбової літератури, 2012. – 564 с.
31. Основні засади інноваційного розвитку. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://bibliofond.ru/view.aspx?id=486855>
32. Пасмор Ю. В. Проблеми інформаційного забезпечення інновацій: соціально-комунікаційний аспект [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<http://ndipzir.org.ua/wp-content/uploads/2012/06/%D0%AE.-%D0%92.-%D0%9F%D0%B0%D1%81%D0%BC%D0%BE%D1%80.pdf>

33. Попов В. Г., Климов В. Н. Инновационная сущность предпринимательства в концепциях Й. Шумпетера и Н.Д. Кондратьева/ В. Г. Попов, В. Н. Климов// Вестник Челябинского государственного университета. - № 18(272) – 2012. – С 133-137.

34. Подоляка О. І., Жулінська К. М. Моделювання бізнес-процесів [Текст] : методичні вказівки щодо виконання розрахункової роботи / Державний вищий навчальний заклад “Українська академія банківської справи Національного банку України” ; [уклад. О. І. Подоляка, К. М. Жулінська]. – Суми : ДВНЗ “УАБС НБУ”, 2013. – 20 с.

35. Ріжко І.А., Шотік Т.М. Маркетинг інновацій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/16913/1/219-Rizhko-356-357.pdf>

36. Сіменко І.В., Косової Т.Д. Аналіз господарської діяльності : навчальний посібник/І.В. Сіменко, Т.Д. Косової-К.: "Центр учбової літератури", 2013. – 384 с.

37. Скрипко Т.О. Інноваційний менеджмент: підручник / Т.О. Скрипко. – К.: Знання, 2011. – 423 с.

38. Стадник В., Йохна М. Інноваційний менеджмент. — К.: Академвидав, 2006.

39. Федулова Л. І. Інноваційна економіка. – К.: Либідь, 2006.

Додаткова література

1. Горященко Ю.Г. Структурна перебудова економіки України як стратегія інноваційного розвитку / К.С. Жадько, Ю.Г. Горященко // Інвестиції: практика та досвід : наук. журнал. – 2009. – № 7. – С. 8-11.

2. Горященко Ю.Г. Інформаційне забезпечення реалізації регіональної інноваційної політики / Актуальні проблеми економічного і соціального розвитку регіонів України: Тези Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. (Дн-вськ, 16-26.11.2009 р.). У 2 т. – Т.1. – С. 164-165.

3. Горященко Ю.Г. Статистичне дослідження інвестиційно-інноваційної діяльності промислових підприємств // Економіка ринкових відносин : наук. журнал. – 2014. – №12. – С. 156-162.

4. Горященко Ю.Г. Тенденції інноваційного розвитку біржової діяльності в Україні // Актуальні проблеми соціально-економічних систем в умовах трансформаційної економіки : збірник наук. праць. Ч. 3 : тези ВНК 12-13.04.2016 р. – Дніпропетровськ : НМЕТАУ. – С. 97-101.

5. Горященко Ю.Г. Статистичне дослідження біометричних інновацій в банківській системі / Ю.Г. Горященко, І.С. Сіліна / Становлення та особливості регулювання міжнародних економічних відносин: мат-ли міжн.наук.-практ.конф. – Дніпро, 21-22.10.2016 р. – С. 98-99.

6. Горященко Ю.Г. Інтелектуальний бізнес як важливий напрям інноваційного розвитку підприємств / І.Д. Падерін, Ю.Г. Горященко, О.В.

Романов // Вісник економічної науки України: наук.журнал, 2017. – № 1 (32). – С. 68-72.

7. Горященко Ю.Г. Інтелектуальний бізнес як безпека інноваційного розвитку України / І.Д. Падерін, Ю.Г. Горященко // Сучасні механізми забезпечення соціально-економічної безпеки на макро- та мікрорівнях : мат-ли Міжн.наук.-практ.конф. 19.05.17 р. – Дніпро : УМСФ, ННІ «Фінансова академія», 2017. – С. 172-173.

8. Горященко Ю.Г. Ринок інновацій в Україні та характеристика інноваційних стратегій / Ю.Г. Горященко, Б.С. Байов // Економічний Вісник Національного гірничого університету: наук. журнал. – №1(57). – 2017. – С. 132-139.

9. Горященко Ю.Г. Стратегічні напрями розвитку інтелектуального капіталу сільськогосподарських підприємств / Ю.Г. Горященко, Т.С. Дронова // Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. № 2. 2017. Серія „Економічні науки”. – С. 47-60.

10. Горященко Ю.Г. Інноваційні шляхи подолання економічної кризи на підприємстві / Ю.Г. Горященко, А.Г. Мороз // Молодий вчений. – №11 (51). – 2017. – С.1127-1131.

11. Горященко Ю.Г. Економетричне моделювання впливу архітектурних інновацій на обсяг чистого прибутку підприємства / К.С. Жадько, Ю.Г. Горященко // Науковий погляд: економіка та управління. – №2(58). – 2017. – С. 154-160.

12. Горященко Ю.Г. Маркетинг інновацій промислових підприємств / Ю.Г. Горященко, К.С. Гусєва / Науково-практичне забезпечення розвитку та співробітництва об'єднаних територіальних громад : матеріали наук.-практ. конф. за міжнар. участю, м. Дніпро, 30 жовтня – 30 листопада 2018 р. / за заг. ред.І. А. Чикаренко. – Д. : ДРІДУ НАДУ, 2018. – 297 с. – С. 98-101.

13. Горященко Ю.Г. Інноваційна складова у функціональній структурі підприємства / Конкурентоспроможність підприємств в умовах трансформаційних процесів в економіці України: мат-ли III Міжвузівської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих учених, Харків, ХТЕІ КНТЕУ, 14.11.2018. – С. 257-259.

14. Горященко Ю.Г. Організаційно-економічний механізм управління комунікаціями в частині інноваційного розвитку підприємства / Імплементация інновацій обліково-аналітичного забезпечення сталого розвитку сучасного бізнесу : мат-ли II МНП інт-конф. – Харків, ХДУХТ, 18.04.2019. – С. 27-28.

15. Горященко Ю.Г. Еко-інновації на підприємстві / Ю.Г. Горященко, А. Ю. Міщук / Економіка, фінанси, облік та право: стратегічні пріоритети розвитку в умовах глобалізації: мат-ли МНПК. – Полтава, Центр фінансово-економічних наукових досліджень, 20.04.2019. – С. 17-19.

16. Goryaschenko Y. Small businesses and their role in creating an innovative and competitive environment / Менеджмент суб'єктів господарювання: проблеми та перспективи розвитку: мат-ли VI Міжн. наук.-практ. on-line конф. здобувачів вищої освіти і молодих учених, Житомир, «Житомирська політехніка», 19-21.12.2019 р.

17. Стартап-центр "FIRST CAPITAL". [Електронний ресурс]. – Режим доступу к ресурсу: <http://fcapital.biz>.

18. Бодров В.Г. Інноваційно-інвестиційна модель сталого розвитку національної економіки: навч.-метод. матеріали / В.Г. Бодров, В.О. Гусев, В.Ф. Мартиненко. – К.: НАДУ, 2009. – 60 с.

19. Загородній А.Г., Вознюк Г.Л., Партин Г.О. Інвестиційний словник: Навч. посібник. – Львів: Видавництво «Бескид Біт», 2005. – 512 с.

20. Фінансово-економічні механізми інноваційно-інвестиційного розвитку України: Колективна наукова монографія / Кириченко О.А., Єрохін С.А. та ін.; Під наук. ред. д.е.н. проф. О.А. Кириченко. – К.: Національна академія управління, 2008. – 252 с.

21. Фінансово-економічні проблеми інноваційного розвитку. Монографія. - УДПУ ім. П.Тичини. – 2012 – 452 с.

Законодавчі та нормативно-правові ресурси:

1. Закон України «Про інноваційну діяльність» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/40-15>.

2. Закон України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/4618-17>

3. Закон України «Про науково-технічну інформацію» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/848-19>.

Інформаційні ресурси в Internet

1. Вартість pre-money и post-money [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: http://gaap.ru/articles/stoimost_pre_money_i_post_money

2. Закон України "Про наукову і науково-технічну діяльність" [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1977-12>

3. Інформаційно-аналітичний бюлетень КМУ [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.info-kmu.com.ua/>

4. Бібліотека креативної економіки [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.creativeconomy.ru/library>

5. Європейський Дослідницький Простір [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://ec.europa.eu/research/era/index_en.htm

6. Електронний журнал "Наука та інновації науково-практичний журнал" [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://scinn.nas.gov.ua/>

7. Електронний журнал "Маркетинг і менеджмент інновацій" [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/>

8. Електронний журнал "Инвест-Украина" [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.investukr.com.ua/>

9. Електронне видання «Наука і технології Росії» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.strf.ru>

10. Електронний журнал «Інновації» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.mag.innov.ru/>
11. Енциклопедія з маркетингу та реклами [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://powerbranding.ru/teoriya-marketinga/>.
16. Гольдштейн Г. Я. Інноваційний менеджмент / Г. Я. Гольдштейн. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://exsolver.narod.ru/Books/Management/In_man2/index.html
17. Комітет з питань науки і освіти [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://kno.rada.gov.ua/komosviti/control/uk/index>
18. Ільєнкова С. Д. Інноваційний менеджмент. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://exsolver.narod.ru/Books/Management/Innov_man/index.html
19. Інноваційне бюро «Експерт» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.inno-expert.ru>
20. Мережа міжнародної науково-технологічної співпраці з країнами Східної Європи і Центральної Азії [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.inco-eeca.net/>
21. Excel-програма «Оцінка вартості стартапів /бізнеса» [Електронний ресурс]. – Режим доступу http://finance-dms.com/stable/start_up_bewertung.html
22. Національний інформаційний центр зі співробітництва з ЄС у сфері науки і технологій [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.fp7-ncr.kiev.ua/index.php/uk/2007-2013/>
23. Обмін інформацією з питань науки, технологій та інновацій між Європейським дослідницьким простором і країнами Східної Європи, Центральної Азії, Південного Кавказу [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.increast.eu/>
24. Основи інноваційного менеджменту. Теорія і практика / За ред. Казанцева А.К., Мінделі Л.Е. - М.: ЗАТ Економіка, 2004. - 518 с. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.alleng.ru/d/manag/man009.htm>
25. Покращення двостороннього науково-технологічного співробітництва з Україною Вдосконалений інноваційний підхід [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.bilat-ukr.eu/>
26. Портал інформаційної підтримки інновацій та бізнесу [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.innovbusiness.ru/>
27. Портал Відкритого інноваційної спільноти [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.innovbusiness.ru/OIU.ru>
28. Сайт компанії «Лабораторія Касперського» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.kaspersky.ru/>.
29. Сайт компанії WalMart [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.walmart.com/>
30. Сайт компанії АТБ-маркет [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.atbmarket.com/>
31. Сайт компанії АвтоЗАЗ-сервіс [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.zaz.ua/about.html>
32. Сайт компанії ІНТЕРПАЙ СТАЛЬ [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.interpipe.biz/> <http://www.interpipe.biz/>

33. Стратегія інноваційного розвитку України на 2010–2020 роки в умовах глобалізаційних викликів [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://kno.rada.gov.ua/komosviti/control/uk/publish/article?art_id=47920
34. Фатхутдінов Р.А. Інноваційний менеджмент / Р.А. Фатхутдінов. - СПб.: Питер, 2008. - 448 с. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.alleng.ru/d/manag/man045.htm>
35. Excel-програма. Оцінка вартості стартапів / Start-up [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.finance-dms.com/index.php/ru/download-booksexcel/excel-programm-finance/file/13-d7-excel-programm>
36. CORDIS – Інформаційна служба ЄС з досліджень та розвитку [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://cordis.europa.eu/home_en.html
37. HORIZON 2020 -[Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://ec.europa.eu/research/horizon2020/index_en.cfm?pg=h2020
38. NIP/Ukraine -[Електронний ресурс]. - Режим доступу: www.fp7-npr.kiev.ua
39. Participant Portal – Портал для учасників Рамкової програми [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://ec.europa.eu/research/participants/portal/>
40. Стартапи, огляди і статті, як купити або продати startup. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://startup-ru.ru/startup/link/otsenka-startapa-kakim-obrazom-i-dlya-tchego>.
41. Найкращі ідеї для стартапів : <https://blog.sikorskychallenge.com/2020/06/naikraschi-ideyi-dlya-startapiv-v-2020.html?m=1>