

Оксана В. Белякова, Святослав А. Жуков
**ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ І ТРАНСФЕР ТЕХНОЛОГІЙ
НА НАЦІОНАЛЬНОМУ ТА РЕГІОНАЛЬНИХ РИНКАХ
ПРОМИСЛОВОЇ ПРОДУКЦІЇ**

У статті досліджено суть і значення категорій «інноваційний потенціал» і «трансфер технологій». Встановлено їх роль у розвитку вітчизняної промисловості, її інноваційної складової на рівні національної та регіональної економіки України. Визначено місце державної підтримки і системи регулювання трансферу технологій в Україні. Проаналізовано проблеми і перспективи позиціонування як маркетингової категорії. Визначено сутність поняття «інноваційно активне підприємство».

Ключові слова: інноваційний потенціал; трансфер технологій; позиціонування; інноваційно активні підприємства; промислові підприємства.

Рис. 1. Табл. 1. Літ. 23.

Оксана В. Белякова, Святослав А. Жуков
**ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ И ТРАНСФЕР
ТЕХНОЛОГИЙ НА НАЦИОНАЛЬНОМ И РЕГИОНАЛЬНЫХ
РЫНКАХ ПРОМЫШЛЕННОЙ ПРОДУКЦИИ**

В статье исследованы сущность и значение категорий «инновационный потенциал» и «трансфер технологий». Показана их роль в развитии отечественной промышленности, ее инновационной составляющей на уровне национальной и региональной экономики Украины. Определено место государственной поддержки и системы регулирования трансфера технологий в Украине. Проанализированы проблемы и перспективы позиционирования как маркетинговой категории. Определена сущность понятия «инновационно активное предприятие».

Ключевые слова: инновационный потенциал; трансфер технологий; позиционирование; инновационно активные предприятия; промышленные предприятия.

Oksana V. Bieliakova¹, Svyatoslav A. Zhukov²
**INNOVATIVE POTENTIAL AND TECHNOLOGY TRANSFER
AT NATIONAL AND REGIONAL MARKETS OF INDUSTRIAL
PRODUCTION**

The article studies the essence and the meaning of "innovative potential" and "technology transfer" categories. The text demonstrates the role of these concepts in the development of domestic industries along with the role of the innovative component in national and regional economies in Ukraine. The place of state support and the regulatory system within technology transfer processes in Ukraine are defined. Problems and prospects of positioning as a marketing category are analyzed. The essence of the notion "innovation-active enterprise" is determined.

Keywords: innovative potential; technology transfer; positioning; innovation-active enterprises; industrial enterprises.

Постановка проблеми. Зростання економіки країни та її окремо взятих регіонів великою мірою залежить від розвитку інноваційної діяльності в країні. Саме тому інноваційний потенціал підприємств був, є і буде ключовим напрямком та об'єктом пильної уваги з боку держави. Відповідно, ефективна інноваційна діяльність підприємства залежить від наявного інноваційного

¹ Kyiv National University of Culture and Arts, Ukraine.

² Uzhhorod National University, Ukraine.

потенціалу, трансферу технологій та можливості реалізації інноваційних проєктів і програм. Процес передачі технологій, як на національному (регіональному), так і на міжнародному ринках, є важливою складовою управління. Це безумовно потребує активної підтримки та ефективного регулювання держави.

Інноваційна діяльність будь-якого підприємства, особливо промислового, є актуальним питанням у даний час для України. Вона вимагає додаткових зусиль і ресурсів для позиціонування на регіональному і національному ринках. Особливо важливим є дослідження проблем позиціонування інноваційно активних підприємств, що визначається вибором і реалізацією відповідної стратегії інноваційного розвитку підприємства, ступенем забезпеченості підприємства тими або іншими ресурсами в інноваційній сфері та якістю інноваційного менеджменту на підприємствах.

Аналіз останніх публікацій. Питанням розвитку інноваційного потенціалу підприємств і системи трансферу технологій у промисловій галузі присвячено праці таких вітчизняних і зарубіжних вчених, як: О.Ф. Андросова [3], В.О. Василенко [6], Л.М. Ганущак-Єфіменко [9; 10], В.Ф. Гриньов [8], М.М. Єрмошенко [9; 10], П.П. Микитюк [15], О.В. Фарат [19], Л.І. Федулова [20], Н.І. Чухрай [22; 23] та ін. Розглянуті ними проблеми організації та управління інноваціями, впровадження трансферу технологій у ринкову економіку держав, актуальні проблеми організації та управління інноваційними процесами, реалізація технологічних інновацій та ефективність інноваційної діяльності – все це є важливим підґрунтям для подальшого дослідження в цій сфері, і зокрема, для формування інноваційної стратегії промисловості України на національному та регіональному рівнях.

У працях багатьох науковців – Д. Аакера [1], О.В. Зозульова [11], Ф. Котлера [15], Д. Траута [18], Г. Хулея [21] – досліджувалися проблеми теорії, методології та практики позиціонування. Крім цього, значний внесок у дослідження сутності та функціонування інноваційно-активних підприємств внесли: О.Б. Бутнік-Сіверський [5], В.І. Винокуров [7], Н.І. Чухрай [23] та інші вчені. Існуючі дослідження потребують розробки стратегій позиціонування саме інноваційно активних підприємств за сучасних умов господарювання.

Дослідження наукових джерел, у т.ч. вітчизняних і закордонних, присвячених інноваційним процесам у промисловості, зокрема інноваційному потенціалу, трансферу технологій і позиціонуванню інноваційно активних підприємств, дає змогу визначити їх основні проблеми і перспективи. Дослідження економістів переважно зосереджені на загальних підходах до окремо взятих досліджуваних нами категорій.

Мета дослідження. Тому, ґрунтуючись на попередніх дослідженнях з даної тематики, вважаємо за потрібне поставити такі цілі статті:

- визначити суть і значення категорії «інноваційний потенціал»;
- з'ясувати значення трансферу технологій, встановити його роль в інноваційній економіці та промисловості України, а також визначити місце державної підтримки і системи регулювання трансферу технологій в Україні;
- проаналізувати проблеми і перспективи позиціонування як маркетингової категорії та важливість використання даного процесу для ефективного функціонування інноваційно активного підприємства;

- визначити суть і значення поняття інноваційно активного підприємства, яке діє на національному та регіональному ринках.

Основні результати дослідження.

1. *Інноваційний потенціал і трансфер технологій у промисловій галузі.* Як показує досвід провідних країн світу, інноваційний розвиток є рушійною силою, яка спроможна забезпечити економічний прогрес і зростання України та подолати технологічний, економічний і соціальний розрив із розвиненими країнами Європи і світу. Недостатня кількість підприємств у вітчизняній економіці, які здійснюють комплексну інноваційну діяльність, обумовлена складністю трансформації командно-адміністративної системи Радянського Союзу у ринкову інноваційну систему ведення бізнесу.

Загалом, успішна інноваційна діяльність підприємства залежить від рівня його інноваційного потенціалу, системи трансферу технологій та ефективності реалізації інноваційних проектів і програм, а також від інноваційної активності (оновлення ідей, нові розробки, виробництво, просування та збут). Інноваційний потенціал – це реальна і/або ймовірна спроможність підприємства розробляти і впроваджувати інновації [10, 10]. Існуючі визначення інноваційного потенціалу об'єднують у собі ресурсну (сукупність властивостей підприємства) і забезпечувальну (відносини між працівниками, направлені на досягнення мети) детермінанти. На основі цього інноваційний потенціал доцільно розділити на 4 категорії (рис. 1).

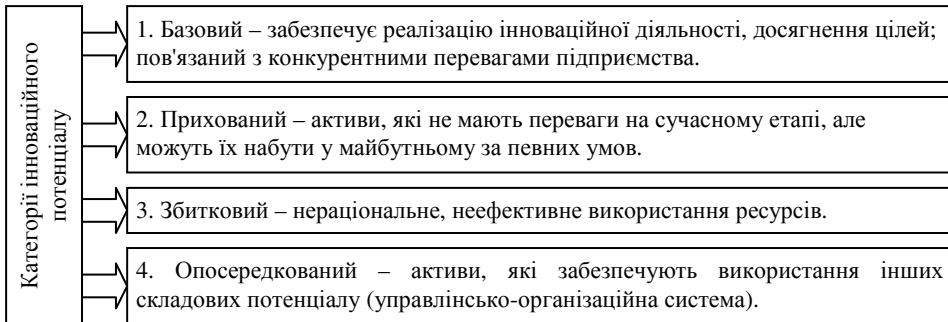


Рис. 1. Характеристика категорії інноваційного потенціалу [19, 275]

На підтвердження важливості базового потенціалу в досягненні цілей підприємства наведемо у табл. 1 розподіл мотивів, які спонукають до розвитку інноваційної діяльності.

Таблиця 1. Спонукальні мотиви розвитку інноваційної діяльності підприємства в США і Японії, % [17, 39]

Причини (мотиви) інноваційної діяльності	США	Японія
1. Досягнення стратегічних цілей	76	73
2. Зрілість основного бізнесу	70	57
3. Передбачення проблем менеджерами	46	15
4. Виживання підприємства	35	28
5. Перспективний розвиток	30	17
6. Забезпечення зайнятості	3	24

Відмітимо, що в зазначених у табл. 1 країнах спостерігається, на нашу думку, не випадковий збіг: 60–80% підприємств є інноваційно активними (в Україні – біля 4%) і таким же є приріст національного добробуту за рахунок науково-технічного прогресу [17, 63–64].

Натомість, інноваційний потенціал українських промислових підприємств характеризується значним відставанням у сучасному науково-технічному забезпеченні. Це «гарантує» їм неконкурентоспроможність на міжнародних ринках промислової продукції. Через незадовільне використання сучасних досягнень науки і технологій у виробництві Україна щорічно втрачає до 10 млрд дол. США [17, 113].

В економічній літературі наведено багато варіантів структури (видів, складових) потенціалу підприємства, однак найбільш доцільним є групування їх у 6 груп потенціалів (за важливістю): кадровий, виробничо-технологічний, науково-дослідний, фінансово-економічний, інноваційний, маркетингово-інформаційний, інтелектуальний, експортний.

Всі групи знаходяться у тісному взаємозв'язку, вони здійснюють безпосередній вплив на інноваційний потенціал, що і визначає його позиціонування в системі потенціалу підприємства [9, 60–61].

Практика показує, що ефективна діяльність підприємства можлива лише за умов цілеспрямованого пошуку нових можливостей, основою яких має бути раціональне використання інноваційного потенціалу підприємства та трансфер технологій.

В умовах ринкової економіки трансфер (передача) технологій є визначальним механізмом реалізації інноваційних процесів у промисловості будь-якої держави, зокрема й України. Дослідження та вивчення зарубіжного досвіду свідчать, що процес передачі технологій, як на національному (регіональному) ринку – між військовим і цивільним секторами, галузями промисловості і товаровиробниками всіх форм власності, так і на міжнародному – при реалізації міждержавних науково-виробничих інноваційних проектів, є важливими складовими управління національним господарством.

Все це потребує обов'язкової підтримки та чіткого регулювання зі сторони державних органів управління саме процесу трансферу технологій. Таке регулювання є необхідним задля:

- 1) технологічного вдосконалення й оновлення виробничої інфраструктури;
- 2) забезпечення високого рівня конкурентоспроможності української промисловості;
- 3) реалізації пріоритетних напрямків розвитку країни та її регіонів;
- 4) запобігання несанкціонованого витоку науково-технічних знань, адже відомо, що такі знання є національним надбанням, а нерівноправна їх передача іншим країнам може розглядатися як розтрата особливо цінних державних ресурсів, зрада національних інтересів і порушення принципів національної безпеки [13, 199].

Державна підтримка і регулювання процесів трансферу технологій охоплюють два його напрямки: комерціалізацію результатів науково-технічної діяльності військового призначення (отриманих при виконанні державного

оборонного замовлення) в цивільному секторі, а також зустрічний процес, пов'язаний із запозиченням технологій із цивільної сфери в інтересах розвитку і підтримки на належному рівні потенціалу оборонної промисловості. Ці завдання обов'язково повинні вирішуватися централізованою загальнонаціональною системою, яка має функціонувати на принципах міжвідомчих взаємозв'язків і діяти в інтересах товаровиробників усіх форм власності.

Побудова ефективної національної інноваційної системи в Україні, де складовою є система трансферу технологій ускладнюється, крім фінансових й інших проблем, і недосконалістю нормативно-правової бази в галузі забезпечення прав володіння та розпорядження об'єктами інтелектуальної промислової власності. Перш за все, це законодавчі і нормативні акти, які закріплюють правові норми діяльності зі створення та використання нових науково-технічних досягнень і технологій. Ця прогалина має двовимірний характер: з одного боку, дуже впливає на діяльність з організації в Україні саме трансферу технологій промислового призначення, з іншого – обмежує інтереси державних органів – власників прав на об'єкти інтелектуальної власності при виконанні внутрішніх договорів про передачу технологій і міжнародного науково-технічного співробітництва. Тут доцільно підкреслити, що практика свідчить про розширення діяльності незалежних суб'єктів ринкових відносин у цьому напрямку, а це, знову ж таки, загрожує національним інтересам України. Саме тому активізація нормативно-правової складової процесу трансферу технологій є актуальною і навіть необхідною.

Основними проблемами, які вимагають рішення для організації цивілізованого трансферу технологій, залишаються:

1) впорядкування та розмежування прав на раніше створену і створювану у майбутньому інтелектуальну промислову власність, розробка нормативно-законодавчої бази та впровадження механізмів договірної розподілу прав у практику контрактного фінансування робіт;

2) створення інфраструктури фінансового, інформаційного та консультативного забезпечення трансферу технологій;

3) удосконалення державних контрольних механізмів у напрямі посилення їх можливостей щодо селективного, оперативного виявлення, попередження та припинення несанкціонованих передач (продажів) технологій, виходячи з вимог збереження державної та комерційної таємниці, нерозповсюдження технологій військового та подвійного призначення, які можуть бути використані для створення зброї масового знищення, що є особливо важливими для організації еквівалентного міждержавного обміну технологіями, забезпечення гарантованого захисту прав власників інтелектуальної промислової власності;

4) професійна підготовка та перепідготовка керівних кадрів вищої та середньої ланки промислових підприємств з метою розвитку їх можливостей зі здійснення трансферу технологій в ринкових умовах, формування нової категорії фахівців – менеджерів з аналізу ринків високотехнологічної продукції та послуг, розробка методичного апарату економічної та комерційної оцінки технологій та НДДКР по їх створенню [13, 203].

2. Позиціонування інноваційно активних промислових підприємств на національному та регіональних ринках промислової продукції. Категорія позиціону-

вання посідає одне з важливих місць у теорії маркетингу і досліджується багатьма іноземними і вітчизняними науковцями. Під позиціонуванням підприємства можна розуміти сукупність дій із забезпечення конкурентоспроможності підприємства на ринку та підтримки цього стану відповідною програмою маркетингу. Позиціонування передбачає проведення поглиблених маркетингових досліджень, спрямованих на розуміння того, як споживачі сприймають підприємство, які параметри, на їхню думку, є найбільш важливими. За результатами таких досліджень будуються карти сприйняття, на яких зображуються досліджувані підприємства за допомогою найбільш значущих в очах майбутніх клієнтів параметрів.

Необхідно підкреслити сучасні риси позиціонування – це глобалізм, інноваційність, інтегрованість, перевага структурних досліджень ринку, активне використання зв'язків з громадськістю, цільова орієнтація маркетингу на збалансованість, гармонізацію інтересів фірми, споживачів і суспільства в цілому, партнерство всіх учасників відносин ринкового обміну і некомерційного розподілу суспільних благ. Незалежно від того, якої стратегії дотримується організація, вона повинна швидко адаптуватися до мінливих умов конкурентної боротьби через створення додаткових переваг, які усвідомлюються споживачами [16, 26].

Становлення інноваційного фактору як рушійної сили економічного зростання регіонів і країни загалом призводить до необхідності формування системи, в якій нові знання втілювалися б у готові, затребувані суспільством результати. Ця обставина обумовлює важливість вивчення процесів позиціонування інноваційно активних підприємств, а рівень розвитку інноваційної сфери загалом формує основу сталого економічного зростання.

Світовий досвід свідчить, що економічна ефективність інвестицій в інновації перевищує окупність фінансових ресурсів у різних сферах застосування. Результати аналізу показників інноваційної активності промислових підприємств в регіонах України показують суттєві відмінності між регіонами, викликані історично сформованою галузевою структурою виробництва та його розміщенням. Діяльність в інвестиційно-інноваційній сфері має бути повною мірою адекватна вимогам ринку інноваційних продуктів і послуг на всіх рівнях економіки. Вона повинна забезпечувати вигідне конкурентне позиціонування інноваційних підприємств на національному та регіональних ринках.

Основними причинами, які перешкоджають реалізації науково-технічної продукції на рівні країни в цілому та на рівні окремих регіонів, є: відсутність розвиненої інфраструктури комерціалізації науково-технічних розробок та відсутність навичок і умінь у творців розробок оцінки їх ринкового потенціалу і перетворення його в повноцінний ринковий продукт. До того ж, найбільш проблематичним у сучасному маркетинговому ланцюжку створення цінності залишається перехід розробки зі стадії НДДКР на стадію ринкового продукту.

Для посилення технічно-організаційного розвитку як окремих регіонів, так і України загалом, необхідними є [21, 478]:

1) активізація співробітництва регіонів в інноваційній сфері та трансфері технологій між промисловими підприємствами;

2) збалансування рівня інноваційної діяльності підприємств в регіональному аспекті;

3) вдосконалення та забезпечення інноваційної безпеки промислових підприємств;

4) законодавче забезпечення та підтримка діяльності інноваційно активних підприємств як на державному, так і регіональному рівнях.

Особливого значення в сучасних ринкових умовах набуває активізація інноваційної діяльності вітчизняних підприємств, без чого неможливо покращити конкурентоспроможність українських промислових підприємств, які функціонують в умовах жорсткої внутрішньонаціональної та міжнародної конкурентної боротьби, і все це відбувається на тлі активізації процесів економічної глобалізації.

До інноваційно активних підприємств належать ті, які реалізують на ринку інноваційну продукцію [2, 30]. На нашу думку, більш точним є визначення В.І. Винокурова: «інноваційно активні – це підприємства, які протягом трьох років мали завершені інновації, тобто нові або значно вдосконалені продукти, що впроваджені на ринку, нові або значно вдосконалені послуги або методи їх виробництва (передачі), а також вже впроваджені на ринку нові або значно вдосконалені виробничі процеси, які впроваджені в практику» [7, 18].

Звертаючись до статистичних даних, зазначимо, що в Україні лише 14,2% промислових підприємств беруть участь в інноваційній діяльності і 6,7% від обсягу продажів здійснюється в результаті виробництва інноваційної продукції [12]. Існуючі проблеми України, які вона повинна подолати, вказують на необхідність вивчення ефективних практик та переймання досвіду. Основа та інноваційний потенціал все ж існують: Україна сьогодні має понад 100 тис. промислових підприємств, близько 1700 наукових інститутів та університетів, а також активне наукове співтовариство.

До напрямів інноваційної діяльності традиційно відносять: здійснення досліджень і розробок; придбання нових технологій (у т.ч. придбання права власності на винаходи, корисні моделі, промислові зразки, а також ліцензій на використання зазначених об'єктів), придбання машин, обладнання, установок, інших основних фондів і здійснення капітальних витрат, пов'язаних з упровадженням інновацій, виробниче проектування [16, 262].

Ключовим критерієм розмежування на традиційні та інноваційно активні є характер інноваційних перетворень [11, 77]. Так, підприємства, які належать до інноваційного типу, здійснюють фундаментальні та прикладні дослідження; створюють нові або удосконалюють існуючі продукти та технології; використовують у своїй діяльності відповідні ресурси (наукові, технічні, технологічні, фінансові, управлінські, організаційні, економічні, соціальні), правовий захист, комерціалізацію та трансфер технологій, які сприяють стійкості та розвитку організації [4, 68].

Промислово розвинені країни, не дивлячись на високо розвинену інноваційність їх економік, на сучасному етапі зберігають тенденцію до підтримки інновацій, оскільки пріоритет інноваційного розвитку є ядром їх розвитку. На їх фоні в Україні необхідно застосовувати стратегію інноваційного прориву поруч із комплексним, ефективним використанням інноваційного потенціалу

країни, галузей і регіонів, підприємств. Для цього можливі два варіанти інноваційного розвитку – виробити інноваційний інструментарій самим або скопіювати його в інших країні. Копіювання – це складне завдання, адже умови формування інноваційного середовища в усіх країнах дуже різняться – певні інструменти інноваційної політики й механізми їх використання, ефективно реалізовані в одній країні, можуть бути зовсім непридатними для використання в іншій.

Стратегія інноваційного прориву передбачає стійкість фінансування НДДКР, незалежно від впливу політичних та інших факторів, пріоритетне фінансування фундаментальних досліджень, а також підготовку кадрів, що відповідають потребам науково-технічного розвитку XXI століття. На даний час усі ці фактори відсутні в Україні, український уряд тільки декларативно розглядає наукову сферу як пріоритетну для інвестування, через що Україна відстає за інноваційним розвитком.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Створення передумов для інтенсифікації науково-технічного прогресу вимагає об'єднання зусиль науки, підприємницьких структур інноваційної спрямованості, промислових підприємств і фінансових інститутів. Успіх взаємин перерахованих учасників інноваційного процесу залежить також від заходів, яких вживає держава в управлінні інноваційною діяльністю на всіх рівнях господарської діяльності [4, 69].

Україна має продовжувати вже розпочате зближення з провідними країнами-інноваторами шляхом трансферу технологій і забезпечення цілеспрямованої й комплексної інноваційної політики, а надалі поглиблювати відносини та виходити на вищі їх рівні шляхом інтеграції через міжнародний інноваційний простір у глобальну інноваційну систему. Так, вступ України до СОТ вже сприяє полегшенню доступу українських підприємств на світові ринки інновацій. Україна повинна прискорити процес напрацювання механізму визначення національних економічних інтересів у цілому та інноваційній сфері зокрема. До того ж, інноваційна політика повинна базуватись на домінуванні певних елементів: партнерство держави і бізнесу; широка диверсифікована підтримка інноваційної активності національних підприємств; міжнародне співробітництво у сфері технологій, становлення вітчизняної індустрії венчурного капіталу як пріоритетної форми фінансування новинок на початкових стадіях бізнесу.

Сьогодні в Україні необхідно втілити нову інноваційну модель розвитку економіки, яка базувалася би на використанні інноваційного потенціалу підприємств і регіонів, трансфері технологій і створенні радикальних інновацій. Вирішального значення в контексті входження України в світовий простір інновацій, науки і техніки має підвищення ролі спільних досліджень та інших взаємодій бізнесу та публічних інститутів, важливість спільного інвестування, мобільності персоналу, охорони інтелектуальної власності, програм обміну для стимулювання даних взаємодій та усвідомлення значення потоків неявних знань і можливість доступу до технологічних мереж, а також підтримка розвитку інформаційних технологій і технологічної інфраструктури.

Формування інноваційного потенціалу і наявність системи трансферу технологій є міцним фундаментом у позиціонуванні інноваційно активних

підприємств на національному та регіональних ринках промислової продукції. Ці важливі питання потребують подальшого дослідження та вивчення.

1. *Аакер Д.* Стратегическое рыночное управление. – СПб.: Питер, 2007. – 496 с.
2. *Амоша О.* Інноваційний шлях розвитку України: проблеми та рішення // *Економіст.* – 2005. – №6. – С. 28–32.
3. *Андросова О.Ф., Череп А.В.* Трансфер технологій як інструмент реалізації інноваційної діяльності: Монографія. – К.: Кондор, 2007. – 356 с.
4. *Бацалай Т.М.* Інтелектуальний капітал як специфічна характеристика інноваційно-активного підприємства // *Вісник ЖДТУ.* – Серія: Економічні науки. – 2012. – №1. – С. 66–70.
5. *Бутнік-Сівєрський О.Б.* Трансформація інтелектуальної власності в інноваційний продукт // *Інтелектуальний капітал.* – 2003. – №5. – С. 3–12.
6. *Василенко В.О.* Інноваційний менеджмент: Навч. посібник. – К.: ЦУЛ, Фенікс, 2003. – 440 с.
7. *Винокуров В.И.* Основные термины и определения в сфере инноваций // *Инновации.* – 2005. – №4. – С. 6–22.
8. *Гринев В.Ф.* Инновационный менеджмент: Учеб. пособие. – К: МАУП, 2000. – 148 с.
9. *Єрмошенко М.М., Ганущак-Єфіменко Л.М.* Економіка та управління інноваційною діяльністю: Навч. посібник. – К.: Національна академія управління, 2011. – 528 с.
10. *Єрмошенко М.М., Ганущак-Єфіменко Л.М.* Механізм розвитку інноваційного потенціалу кластерооб'єднаних підприємств: Монографія. – К.: Національна академія управління, 2010. – 236 с.
11. *Зозульов О.В., Писаренко Н.П.* Ринкове позиціонування: з чого починається створення успішних брендів. – К.: Знання-Прес, 2004. – 239 с.
12. Інноваційна політика: Європейський досвід та рекомендації для України / Проект ЄС «Вдосконалення стратегій, політики та регулювання інновацій в Україні». – К.: Фенікс, 2011. – Том 1: Ключові особливості інноваційної в якості основи для розробки заходів сприяння інноваціям, що спрямовують Україну до заснованої на знаннях конкурентоспроможної економіки – порівняння ситуації в ЄС і Україні. – 214 с.
13. *Кузык Б.Н., Яковец Ю.В.* Россия – 2050: стратегия инновационного прорыва. – 2-е изд., доп. – М.: Экономика, 2005. – 624 с.
14. *Микитюк П.П., Сенів Б.Г.* Інноваційна діяльність: Навч. посібник для студ. вищ. навч. закл. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 392 с.
15. *Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Дж. Сондерс, В. Вонг;* Пер. с англ. – 2-е европ. изд. – М.; К.: Вильямс, 2003. – 944 с.
16. *Солоха Д.В., Белякова О.В.* Маркетингові засади позиціонування інноваційно-активних підприємств у міжнародному економічному просторі // *Маркетинг інновацій і інновації у маркетингу: Збірник тез доповідей VII Міжнародної науково-практичної конференції / Відп. за вип. Ю.М. Гладенко.* – Суми: Папірус, 2013. – С. 261–262.
17. *Степанов О.П., Гончарова Н.П., Андрощук Г.О.* Інноваційний бізнес: кредитно-модульна система: Навч. посібник. – К.: НАУ, 2007. – 420 с.
18. *Траут Д., Ривкин С.* Новое позиционирование. Все о бизнес-стратегии № 1 в мире. – СПб.: Питер, 2007. – 224 с.
19. *Фарат О.В., Русин-Гриник Р.Р.* Формування структури інноваційного потенціалу підприємства та особливості управління його розвитком // *Проблеми економіки та управління: Збірник наук. праць / Відп. ред. Й.М. Петрович.* – Львів: Національний університет «Львівська політехніка», 2010. – С. 273–278.
20. *Федулова Л.І.* Інноваційна економіка: Підручник для вузів. – К.: Либідь, 2006. – 478 с.
21. *Хулэй Г., Сондерс Д., Пирси Н.* Маркетинговая стратегия и конкурентное позиционирование / Пер. с англ. – Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2005. – 774 с.
22. *Чухрай Н.І.* Трансфер і комерціалізація технологічних інновацій // *Економіка промисловості.* – 2002. – №3. – С. 160–166.
23. *Чухрай Н.І.* Формування інноваційного підприємства: маркетингове та логістичне забезпечення: Монографія. – Львів: Національний університет «Львівська політехніка», 2002. – 316 с.

Стаття надійшла до редакції 25.06.2015.