

Інна Іпполітова, к. е. н.

*Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця,
Україна*

ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ ЯК УМОВА ЙОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Inna Ippolitova, PhD in Economics

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics, Ukraine

IMPLEMENTATION OF THE INNOVATION STRATEGY AT THE ENTERPRISE AS A CONDITION OF ITS ECONOMIC DEVELOPMENT

The article has carried out a theoretical and practical substantiation of the process of the innovation strategy implementation in the enterprise activities to its further economic development. The content of the definitions "innovation", "innovation strategy", the advantages and disadvantages of their introduction has been defined. The main objectives of the innovation strategy have been investigated and its main elements have been determined. The implementation of an innovative idea in the innovation strategy is implemented by passing the six corresponding stages. It is necessary to use adequate selection criteria, such as technological changes, competitive advantages, financial capabilities, compliance of the innovation strategy with the priority enterprise areas by the enterprise development cycle, its potential and environmental factors and risk assessment.

Keywords: implementation, innovation, innovation activity, innovation strategy, economic development.

Постановка проблеми. Через динамічну зміну зовнішнього середовища необхідною умовою розвитку підприємства стає узгодженість діяльності його підрозділів, чітке розуміння місії та цілей підприємства, його здатність своєчасно адаптуватися до внутрішніх і зовнішніх змін, що відбуваються постійно та безперервно. З точки зору структури розвитку та його типів виділяють економічний, технологічний, соціальний та організаційний розвиток. Економічний розвиток, що пов'язаний з макроекономічними проблемами, є домінуючим серед названих типів. Адже головною метою господарювання підприємство є його постійний розвиток, що приводить сприяє досягненню економічного ефекту. Дослідження економічного розвитку визначають як принципову мету економічної науки¹. Це обумовлено тим, що головною метою існування та функціонування підприємства є задоволення потреб споживачів та, як наслідок, отримання економічної вигоди.

Економічний розвиток – це процес, невід'ємною частиною якого є економічне зростання та економічний занепад, що у сукупності являють собою економічний цикл, які зумовлюють покращення ділової активності підприємства та його спад. Так як суб'єкт господарювання є відкритою системою, що піддається впливу зовнішнього середовища та знаходиться у тісному взаємозв'язку з іншими економічно-соціальними системами, головною умовою розвитку є необхідність постійної адаптації до змін, що призводить до змін у всіх видах діяльності підприємства. Тому, необхідно приділяти значну увагу вивченню усіх аспектів економічного розвитку: виробничого, фінансового, маркетингового, інноваційного, інвестиційного, інформаційно-комунікаційного. Проте, останнім часом, базуючись на підприємницькій моделі розвитку підприємства та враховуючи системний підхід під час функціонування підприємства, набувають поширення думки про те, щоб успішно конкурувати, необхідно безперервно запроваджувати інноваційні ідеї в усіх товарах, послугах підприємства та здійснювати інноваційну діяльність під час

¹ Горняк, О. В. (2011). Розвиток підприємства в сучасних теоретичних концепціях. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки*, 2, 29-32.

реалізації бізнес-процесів. Це можливо зробити шляхом визначення пріоритетних напрямів інноваційної діяльності; переходу на інноваційні методи ведення виробничо-господарської чи іншої діяльності; впровадження у діяльність результатів НТП. Перегляд наукових підходів до управління підприємством з метою формування інноваційно орієнтовної моделі економіки є необхідним та своєчасним.

Аналіз дослідження цієї проблеми. Інноваційні аспекти функціонування підприємства активно досліджують українські та зарубіжні науковці: Бессант Д., Волдачек Л., Друкер П., Ільшанко В., Казанцев А., Ніксон Ф., Парахіна В., Рогоза М., Твісс Б., Тідд Д., Федулова Л., Шумпетер Й. та багато ін. Для забезпечення формування конкурентоспроможності інноваційної стратегії, на їх думку, необхідно виконувати випереджальні вкладення коштів в освоєння інновацій. Проте певні аспекти запровадження інноваційної стратегії потребують подальшого уточнення та розвитку.

Формулювання мети й завдань статті. Мета роботи полягає в теоретико-практичному обґрунтуванні процесу імплементації інноваційної стратегії в діяльність підприємства для подальшого його економічного розвитку.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. В умовах, коли зовнішнє середовище є мінливим, жодне підприємство не може досягти економічного результату без певного плану дій, відправною точкою якого є встановлення цілей існування та діяльності, вибору, розробки й обґрунтування стратегії, яка є необхідною умовою функціонування та розвитку цього підприємства. Поряд з розробкою загальної стратегії розвитку підприємства стоїть необхідність обґрунтування інноваційної стратегії, що є основою успішного функціонування підприємства в швидкозмінюючомуся технологічно-інноваційному зовнішньому середовищі. Визначимо всю складність та багатозначність дефініції «інновації» шляхом її наукового аналізу, який наведено у табл. 1.

Разом з багатозначністю поняття «інновація» виникає необхідність розгляду поняття «інноваційна стратегія». Оскільки будь-які стратегічні кроки мають інноваційний характер, що ведуть за собою нововведення в економічній, організаційній, виробничій, управлінській та збутовій сфері. У табл. 2 представлені визначення поняття інноваційна стратегія.

Аналіз наведених визначень інноваційної стратегії підприємства дозволяє виділити цілий ряд базових положень, які необхідні для більш детальнішого дослідження даного поняття:

інноваційна стратегія як процес розглядається з позиції вибору альтернативних шляхів досягнення цілі;

інноваційна стратегія підприємства як складна внутрішня структура;

інноваційна стратегія як набір правил для прийняття управлінських рішень;

інноваційна стратегія як інструмент, який дає визначення основних напрямів досягнення цілей підприємства в довгостроковій перспективі на основі концентрації зусиль на певних пріоритетах;

інноваційна стратегія як основа для розробки стратегічних планів, проектів та програм;

інноваційна стратегія як спосіб встановлення взаємовідносин із зовнішнім середовищем;

інноваційна стратегія як основа конкурентоспроможності підприємства.

Головною метою інноваційної стратегії можна вважати можливість досягнення довгострокових конкурентних переваг, які забезпечать високу рентабельність виробничої системи та життєздатність підприємства в цілому.

Інноваційна стратегія – це певний комплексний план дій, головною метою якого є досягнення генеральної цілі підприємства шляхом впровадження та використання нових технологій, засобів та методів діяльності, що приведуть до підвищення конкурентоспроможності підприємства в цілому.

Осними завданнями інноваційної стратегії є:

ефективний розподіл і використання наявних ресурсів та можливостей, що необхідні для розвитку на основі інновацій та інноваційної діяльності;

адаптація до змін умов зовнішнього середовища шляхом пошуку нових способів і сфер реалізації потенціалу підприємства, приведення у відповідність внутрішніх можливостей розвитку до зовнішніх, що генеруються ринком.

Отже, інноваційна стратегія підприємства – це концептуальний план його подальшого розвитку, напрям діяльності для забезпечення максимально ефективної діяльності, за рахунок раціонального використання його інноваційного потенціалу. Інноваційна стратегія відноситься до функціональної стратегії розвитку. Як і будь-яка складова неперервного успішного розвитку підприємства вона має свої переваги та недоліки (табл. 3).

Сутність поняття «інновації»

Автор	Поняття
«інновація як результат»	
Закон України «Про інноваційну діяльність» ¹	Результат інноваційної діяльності, що одержав втілення у вигляді нового чи удосконаленого продукту, впровадженого на ринку нового чи удосконаленого технологічного процесу, використовуваного в практичній діяльності, або нової чи удосконаленої організаційно-економічної форми, що забезпечує необхідну економічну і (чи) суспільну вигоду
С. Ілляшенко ²	Кінцевий результат діяльності зі створення і використання нововведень, втілених у вигляді удосконалених або нових товарів (виробів або послуг), технологій їх виробництва, методів управління на всіх стадіях виробництва і збуту товарів, які сприяють розвитку та підвищенню ефективності функціонування підприємств
«інновація як процес»	
Л. Федулова ³	Закінченим процесом впровадження інноваційних ідей
Д. Тідд ⁴ , Д. Бессант ⁵	Процес перетворення можливостей у нові ідеї, які широко впроваджуються у практику
Б. Твісс ⁶	Процес нововведення як передача наукового або технічного знання “безпосередньо у сферу потреб споживача; продукт при цьому перетворюється у носія технології”
«інновація як зміна»	
Й. Шумпетер ⁷	Зміни з метою впровадження та використання нових видів споживчих товарів, нових виробничих та транспортних засобів, ринків та форм організації у виробництві
Л. Волдачек ⁸	Цільова зміна у функціонуванні підприємства як системи (кількісна, якісна в будь-якій сфері діяльності підприємства)
«інновація як сукупність факторів»	
А. Казанцев ⁹	Сукупність технічних, виробничих та комерційних заходів, що призводять до появи на ринку нових або удосконалених промислових товарів і обладнання
Ф. Ніксон ¹⁰	Новостворені (застосовані) і (чи) удосконалені конкурентоспроможні технології чи продукція послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного чи іншого характеру, що істотно поліпшують структуру і якість виробництва і (чи) соціальної сфери

¹ Закон України про інноваційну діяльність, 2012 (Верховна Рада України). Офіційний сайт Верховної Ради України <<http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15>>. (2019, березень, 13).

² Ілляшенко, С. М. (2010). *Інноваційний менеджмент*: підручник. Суми: Університетська книга.

³ Федулова, Л.І. (2006). *Інноваційна економіка*: підручник. Київ: Либідь.

⁴ Tidd, J., Bessant, J., Pavitt, K. (2001). *Managing innovation*. Chichester: Johnwiley&Sons, LTD.

⁵ Bessant, J., Grunt, M. (1985). *Management and Manufacturing Innovation in the United Kingdom and West Germany*. Information Technology in Manufacturing Processes.

⁶ Твісс, Б. (1989) *Управление научно-техническими нововведениями*. Москва: Экономика.

⁷ Шумпетер, Й.А. (1982). *Теория экономического развития: Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры*. Москва: Прогресс.

⁸ Водачек Л. (1989). *Стратегия управления инновациями на предприятии*. Москва: Экономика.

⁹ Казанцев, А.К., Миндели, Л.Э. (2004). *Основы инновационного менеджмента. Теория и практика: учебник*. Москва: Экономика.

¹⁰ Никсон, Ф. (1997). *Инновационный менеджмент*. Москва: Экономика.

Сутність поняття інноваційна стратегія

Автор	Поняття
Рогоза М.С., Вергал К.Ю. ¹	набір правил, методів і засобів пошуку найкращих перспективних для організації напрямів розвитку науково-технічних досліджень, ресурсної політики.
Фатхутдінов Р. А. ²	складова частина загальної стратегії організації, яка являє собою цілеспрямовану діяльність з визначення пріоритетів перспективного розвитку організації і їх досягнення, в результаті чого забезпечується нова якість виробництва і управління
Денисенко М. П. ³	проект (модель) проведення головних інноваційних дій, необхідних для реалізації корпоративних стратегій, які націлені на оновлення окремих компонентів виробництва, реалізації та споживання продукції
Огарков А. П. ⁴	одна з коштів досягнення цілей організації (корпорації, фірми), відмінна від інших коштів своєю новизною, передусім для даної організації і, можливо, для галузі, споживачів
Парахіна В. Н. ⁵	передбачає придбання конкурентних переваг за допомогою створення принципово нових товарів або технологій, або задоволення існуючих усвідомлених або неусвідомлених потреб новим способом

Переваги та недоліки інноваційних стратегій

Переваги	Недоліки
Надання підприємству конкурентних переваг на ринку, орієнтація на розвиток та вдосконалення	Ризики, пов'язані з невизначеністю та мінливістю зовнішнього середовища
Підвищення ефективності виробництва, збереження ресурсів та покращення якості продукції	Витратність на новітні засоби праці та технології з довгим терміном самоокупності
Можливість швидко адаптуватися до нових вимог зовнішнього середовища, гнучкість та використання альтернатив за наявних одних і тих же ресурсів	Значне витрачання часу на розробку, оцінку та перевірку ефективності розробленої інноваційної стратегії, а також на проведення досліджень та експериментів
Краще задоволення потреб та бажань споживачів	Наукомісткість та потреба в пошуку обдарованих висококваліфікованих робочих кадрів

¹ Рогоза, М. С., Вергал, К. Ю. (2008). Теоретичні аспекти формування моделі стратегічного інноваційного розвитку підприємства. *Економічний вісник НГУ*, 3, 91-96. http://ev.nmu.org.ua/docs/2008/3/EV20083_091-096.pdf. (2019, березень, 13).

² Фатхутдінов, Р. А. (2011). *Инновационный менеджмент* : учебник для вузов. СПб: Питер.

³ Денисенко, М. П., Михайлова, Л. І., Грищенко, І. М. та інші (2008). *Инвестиційно-інноваційна діяльність: теорія, практика, досвід* : монографія. Суми: Університетська книга.

⁴ Агарков, А. П. (2017). *Управление инновационной деятельностью*. Москва: Дашков и К.

⁵ Парахіна, В. Н., Кафян, К. А. (2016). Корпоративные акселераторы как инструмент роста инновационной экономики. *Модернизация хозяйственного механизма сквозь призму экономических, правовых, социальных и инженерных подходов : сборник материалов IX Международной научно-практической конференции (г. Минск, 30 ноября 2016 г.)*, 43-47.

Жодне підприємство на практиці не досягає позитивних результатів без певного плану дій, що являє собою стратегію. Тобто ця складова розвитку повинна стати основоположною для функціонування будь-якого підприємства. Адже, вона являє собою набір правил, якими керується організація під час прийняття управлінських рішень для забезпечення реалізації місії підприємства та його головних цілей.

Головним аспектом при розробці інноваційної стратегії повинно бути чітке розуміння цілей, бо саме для цього існує стратегія.

Інноваційна стратегія є засобом досягнення перспективних цілей організації на основі визначення пріоритетів інноваційного розвитку. Результатом впровадження інноваційної стратегії має бути нова якість виробництва та управління. Інноваційна стратегія як ефективний засіб управління розвитком підприємства не тільки дає змогу підприємству враховувати зміни в оточуючому середовищі, а й сприяє генеруванню змін (техніко-технологічного та організаційно-управлінського характеру) в середині підприємства та забезпечує управління цими змінами з метою підвищення рівня кінцевих результатів діяльності підприємства. Під час вибору стратегій в бізнесі, який має справу з інноваціями, важливо в певний момент зупинитись на найкращій можливій стратегії, а вже у процесі її реалізації та постійного перегляду визначити, якими мають бути стандарти.

Інноваційними стратегіями підприємств можуть бути: інноваційна діяльність організації, спрямована на одержання нових продуктів, послуг і технологій; маркетингу й управління; перехід до нових організаційних структур; застосування нових видів ресурсів і нових підходів до використання традиційних ресурсів.

Інноваційна стратегія завжди виражається у визначенні типу цільової поведінки підприємства на конкурентних ринках. Все різноманіття стратегій поведінки підприємств на ринках інновацій можна об'єднати в дві великі групи: стратегії активної інноваційної поведінки створення нових ринків і стратегія пасивного спрямування за ринком інновацій. На вибір певної стратегії інноваційної стратегії розвитку підприємства також впливають певні її складові (табл.4).

Таблиця 4

Складові стратегії інноваційного розвитку

Напрямки стратегії	Заходи
Цільовий ринок	Збільшити частку ринку, зробивши ставку на зацікавлених споживачів конкретної продукції
Позиція товару	Забезпечити привабливість послуг за рахунок збільшення гарантійного терміну експлуатації і надання комплексів послуг
Асортимент товару	Розширення номенклатури послуг і підтримки високої конкурентоспроможності з метою окупації ринкових сегментів, які можуть зайняти конкуренти
Ціноутворення	Проводити політику гнучких цін, здатних швидко реагувати на зміни цін конкурентів і переваг споживачів. Розробити програму зі зниження цін
Реклама	Розгорнути нову рекламну кампанію, орієнтовану на цільовий ринок, з урахуванням стратегії щодо положення товару на ринку. Перерозподілити витрати на рекламні заходи на користь стимулювання цільових споживачів
Просування товару	Збільшити бюджет на просування товару; брати активну участь у виставках та інших формах просування товару
Стимулювання збуту	Розробити процедуру надання продукції в кредит, а також систему гнучких знижок та надбавок залежно від умов надання послуг
Маркетингові дослідження	Замовити аналіз ринку товару, що виробляється, фірмі, яка спеціалізується на проведенні маркетингових досліджень

Варто зазначити, що інноваційна стратегія розвитку може бути комбінованою та включати більше двох об'єктів розвитку на різних рівнях організації. Вибір пріоритетних напрямків розвитку підприємства зводиться до вибору пріоритетних інноваційних ідей підприємства, і з урахуванням цього коригується поточна система цілей, або визначаються нові цілі, які змінюють або доповнюють попередні. На цьому етапі перевагу слід надати формуванню задач інноваційного розвитку.

Досягнення намічених цілей розвитку підприємства повинно здійснюватися шляхом вибору стратегії з альтернативних варіантів. Втілення інноваційної ідеї в інноваційній стратегії реалізується шляхом проходження таких етапів.

На першому етапі відбирається інноваційна ідея, яка повинна бути реалізована шляхом формування інноваційної стратегії.

На другому етапі проводиться аналіз можливості реалізації цієї ідеї на підприємстві за двома аспектами: фінансовим та технологічним. Матричний вибір подальшої стратегії є найбільш вдалим (табл. 5).

Таблиця 5

Матриця вибору варіанту запровадження інноваційної ідеї в інноваційній стратегії

Фінансова можливість реалізації	Технологічна можливість реалізації	
	Так	Ні
Так	Розробка програми реалізації	Коригування ідеї
Ні	Коригування ідеї	Відхилення ідеї

На третьому етапі, якщо якась з можливостей реалізації ідеї не є можливою, то ідею передають на коригування. Якщо ж рішення щодо запровадження інноваційної ідеї позитивне, то потрібно перейти до розробки програми щодо реалізації ідеї: сформувати бюджет, визначити строки, розробити матрицю відповідальності з визначенням виконавців та їх функціональними повноваженнями та описати програму робіт.

На четвертому етапі відбувається безпосередня реалізація інноваційної ідеї в визначений проміжок часу.

П'ятий етап передбачає визначення факту: чи відбулося впровадження ідеї на підприємстві. Якщо реалізовано, то переходимо до шостого етапу: оцінюємо результати, наслідки, перспективи та подальші переваги інноваційної ідеї. Якщо ж ідею реалізовано не було, то встановлюємо причини та відповідальних за це.

Але, як було зазначено вище, для кожного підприємства має бути обрана індивідуальна стратегія розвитку, що ґрунтується на ключових конкурентних перевагах саме цього підприємства. Тому при виборі стратегії з альтернативних варіантів мова йде скоріше про вибір пріоритетного стратегічного напрямку, в рамках якого буде сформована відповідна програма заходів, що зорієнтовані на досягнення визначених цілей та пріоритетів інноваційного розвитку.

Для вибору оптимальної інноваційної стратегії для підприємства з альтернатив необхідно використовувати адекватні критерії відбору. В якості критеріїв можуть виступати технологічні зміни, конкурентні переваги, фінансові можливості, відповідність інноваційної стратегії пріоритетним напрямкам діяльності підприємства, циклу розвитку підприємства, його потенційним можливостям та факторам зовнішнього середовища, оцінка ступеню ризику тощо.

Однак не треба забувати про постійний контроль за її виконанням та зміною зовнішнього середовища. Саме для цього існує етап – оцінка ефективності стратегії, за підсумками якої, в разі отримання результатів, які не повною мірою задовольняють підприємство, здійснюється коригування місії, пріоритетів розвитку, стратегічних цілей та перегляд загальної та функціональних стратегій.

Стратегія оцінюється з головною метою – визначити дійсно стратегія розвитку направлена на досягнення цілей підприємства. Це і є головним критерієм оцінки. Якщо стратегія відповідає цілям, то наступна її оцінка здійснюється по таким напрямках: узгодженість стратегії із зовнішнім середовищем, її відповідність із потенціалом та можливостями самого підприємства, прийнятність ризику, що закладений у стратегію.

Обрана та розроблена стратегія може бути марною, якщо підприємство не створить налагоджений механізм її реалізації в особі компетентних керівників, професійних робітників.

Висновки та перспективи подальшого дослідження. Отже, кожен з цих етапів запровадження інноваційної ідеї як складової інноваційної стратегії підприємства є системою дій, що складається з багатьох взаємозв'язаних елементів, і може бути реалізовано за допомогою різних методів, що максимально враховують дії динамічного розвитку певного ринку. Імплементація інноваційної стратегії в діяльність підприємства передбачає, іноді, навіть, кардинальні зміни у виробничому, технологічному процесі; освоєння, реалізацію та комерціалізацію інноваційних ідей, які зможуть забезпечити якісні зміни в бізнес-процесах підприємства, що виведе його на якісно нову траєкторію розвитку. Крім того, в довгостроковій перспективі буде сформована конкурентна перевага, яка дозволить випередити конкурентів та отримати економічний, можливо соціальний та екологічний ефекти, зростання цінності підприємства та його інвестиційної привабливості. Перспективами подальших досліджень автора стануть аспекти фінансового забезпечення інноваційного розвитку підприємств.

References:

1. Gornyak, O. V. (2011) Rozvytok pidpryjemstva v suchasnykh teoretychnykh koncepcijakh [The enterprise development in modern theoretical concepts]. *Visnyk Khmelnytskogo nacionaljnogo universytetu*. [Bulletin of the Khmelnytsky National University], 2, 29-32 [in Ukrainian].
2. *Zakon Ukrainy pro innovacijnu dijalnistj 2012* (Verkhovna Rada Ukrainy). [The Ukraine Law on Innovation Activity 2012 (Verkhovna Rada of Ukraine)]. *Ofitsiynny sayt Verkhovnoyi Rady Ukrainy* [The official website of the Verkhovna Rada of Ukraine] <<http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15/>> (2019, March, 13). [in Ukrainian].
3. Illjashenko, S. M. (2010). *Innovacijnyj menedzhment: pidruchnyk* [Innovation Management: the textbook]. Sumy: VTD Universytetsjka knygha. [in Ukrainian].
4. Fedulova, L. I. (2006). *Innovatsiina ekonomika: pidruchnyk* [Innovative economy: the textbook]. Kyiv: Lybid. [in Ukrainian].
5. Tidd, J., Bessant, J., Pavitt, K. (2001). *Managing innovation*. Chichester: Johnwiley&Sons, LTD. [in English].
6. Bessant, J., Grunt, M. (1985). *Management and Manufacturing Innovation: the case of information technology*, Information Technology in Manufacturing Processes. [in English].
7. Tviss, B. (1989). *Upravlenie nauchno-tehnicheskimi novovvedenijami* [Management of scientific and technical innovations]. Moscow: Ekonomika. [in Russian].
8. Shumpeter, I. A. (1982). *Teoriia ekonomicheskogo razvitiia: issledovanie predprinimatelskoi pribyli, kapitala, kredita, protcenta i tcikla koniunktury* [Theory of economic development: a study of business profits, capital, credit, interest and the conjuncture cycle]. Moscow: Progress. [in Russian].
9. Vodachek, L. (1989). *Strategiia upravleniia innovatsiiami na predpriiatii* [Enterprise Innovation Management Strategy]. Moscow: Ekonomika. [in Russian].
10. Kazantcev, A. K., Mindel, L. E. (2004). *Osnovy innovatsionnogo menedzhmenta. Teoriia i praktika: uchebnik* [Fundamentals of innovation management. Theory and Practice: Textbook]. Moscow: Ekonomika. [in Russian].
11. Nikson, F. (1997). *Innovatsionnyi menedzhment* [Innovative Management]. Moscow: Ekonomika. [in Russian].
12. Roghoza, M. Je. (2008). Teoretychni aspekty formuvannja modeli strategichnogo innovacijnogo rozvytku pidpryjemstva [Theoretical Aspects of Formation of the Model of Strategic Innovation Development of the Enterprise] *Ekonomichnyj visnyk NGhU* [Economic Bulletin of the NMU], 3, 91-96. <http://ev.nmu.org.ua/docs/2008/3/EV20083_091-096.pdf> (2019, March, 13). [in Ukrainian].
13. Fatkhutdinov, R. A. (2011). *Innovatsionnyi menedzhment: uchebnik dlia vuzov* [Innovation Management: a textbook for universities]. St. Petersburg: Piter. [in Russian].
14. Denysenko, M. P., Mykhailova, L. I., Hryshchenko and others (2008). *Investytsiino-innovatsiina diialnist: teoriia, praktyka, dosvid : monohrafiia* [Investment and innovation activity: theory, practice, experience: monography]. Sumy: Universitetska kniga [in Ukrainian].
15. Agarkov, A. P. (2017). *Upravlenie innovatsionnoi deiatelnosti* [Management of innovation activity]. Moscow: Dashkov i K. [in Russian].
16. Parahina, V. N., Kafian, K. A. (2016). Korporativnye akseleratory kak instrument rosta innovacionnoj jekonomiki [Corporate accelerators as a tool for the growth of an innovative economy]. *Modernizatsiia khoziaistvennogo mekhanizma skvoz prizmu ekonomicheskikh, pravovykh, sotcialnykh i inzhenernykh podkhodov : sbornik materialov IX Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferencii. (g. Minsk, 30 noiabria 2016 g.)*. [Modernization of the economic mechanism through the prism of economic, legal, social and engineering approaches: a collection of materials of the IX International Scientific and Practical Conference (Minsk, [November 30, 2016]), 43-47. [in Russian].