

Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка" включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України від 11.07.2019 № 975) [www.economy.nayka.com.ua](http://www.economy.nayka.com.ua) | № 5, 2020 | 28.05.2020 р.

DOI: [10.32702/2307-2105-2020.5.5](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.5.5)

УДК (378+504)+330.341.1

*Н. М. Краус,*

*д. е. н., доцент, професор кафедри фінансів та економіки,  
Київський університет імені Б. Грінченка  
ORCID ID: 0000-0001-8610-3980*

*А. Ю. Рамський,*

*д. е. н., доцент, завідувач кафедри фінансів та економіки,  
Київський університет імені Бориса Грінченка  
ORCID ID: 0000-0001-7368-697X*

*К. М. Краус,*

*к. е. н., доцент кафедри управління, Київський університет імені Б. Грінченка  
ORCID ID: 0000-0003-4910-8330*

## **ПРОЄКТНА ДІЯЛЬНІСТЬ ІНСТИТУТАМИ ЕКОСИСТЕМИ ІННОВАЦІЙНО-ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО УНІВЕРСИТЕТУ: ПРОБЛЕМИ, РИЗИКИ, МОЖЛИВОСТІ**

*N. Kraus*

*Doctor of Economic Sciences, Associate Professor,  
Professor of the Department of Finance and Economics, Borys Grinchenko Kyiv University  
A. Ramskiyi*

*Doctor of Economic Sciences, Associate Professor,  
Professor of the Department of Finance and Economics, Borys Grinchenko Kyiv University  
K. Kraus*

*PhD in Economics,*

*Senior Lecturer of the Department of Management, Borys Grinchenko Kyiv University*

### **PROJECT ACTIVITY OF ECOSYSTEM INSTITUTES OF INNOVATION AND BUSINESS UNIVERSITY: PROBLEMS, RISKS, OPPORTUNITIES**

*У статті досліджено характерні особливості інноваційних фірм малого і середнього бізнесу за класифікаціями Л. Раменського і Х. Фрізенвінкеля відповідно до залучення цих фірм на стадії дифузії інновацій в підприємницькому університеті. Проаналізовано ключові критерії, що характеризують рівень розвитку інноваційно-підприємницького університету, серед чого: критерії рівня розвитку інституту інтелектуальної власності, інноваційної інфраструктури або екосистеми, рівня розвитку університету, що провадить інноваційну політику.*

*Вказано порядок (послідовність) долучення організаційних форм інноваційної діяльності в інноваційний процес на стадії дифузії інновацій. Аргументовано дослідженнями, що реалізація інноваційного проекту, розглядається як процес, що відбувається в часі та охоплює наступні етапи: формування інноваційної ідеї (задуму), розробка проекту, реалізація проекту, завершення проекту. Для кожного етапу характерними є низка ризиків в залежності від походження та типу інновацій над якими працюють в підприємницькому*

університеті колективи науковців-дослідників.

Встановлено головні критерії, що характеризують рівень розвитку інноваційно-підприємницького університету, зокрема в частині встановлення рівня розвитку інституту інтелектуальної власності, рівня розвитку інноваційної інфраструктури або екосистеми, рівня розвитку університету, що провадить інноваційну політику та рівня розвитку національної системи права.

Визначено чинники та проблеми формування попиту і пропозиції інноваційного проекту екосистемою інноваційно-підприємницького університету. В статті представлено типологію організаційних форм ринкових інститутів-організацій за рівнем долучення їх до інноваційного процесу на стадії дифузії інновацій в підприємницькому університеті.

Авторами висловлено думку про те, що “двигуном” інновацій варто вважати стартапи – швидко “зроцнені” інноваційні ідеї, які спродуковані молодими, активними, готовими до ризику людьми. Саме такого типу проекти є гнучкими, з легкістю можуть змінювати стратегію, “в процесі” трансформуватись, покращувати новітній продукт/послугу.

*Characteristics of innovative small and medium-sized firms according to the classifications of L. Ramenskyi and Kh. Frizenwinkel in accordance with the involvement of these firms at the stage of diffusion of innovations in university of entrepreneurship are examined in the article. Key criteria that characterize the level of development of innovation-entrepreneurial university are analyzed and including: criteria of the level of development of the intellectual property institution, innovation infrastructure or ecosystem, the level of development of the university pursuing innovation policy.*

*The order (sequence) of involvement of organizational forms of innovative activity into innovation process at the stage of diffusion of innovations is indicated. It is argued by research that the implementation of an innovative project is considered as a process that takes place over time and covers the following stages: the formation of an innovative idea (plan), project development, project implementation, project completion. Each stage is characterized by a number of risks, depending on the origin and type of innovations that are working at entrepreneurship university teams of researchers.*

*Main criterias that characterizing the level of development of innovation and entrepreneurship university are established, in particular in terms of establishing the level of development of intellectual property, level of development of innovation infrastructure or ecosystem, level of development of the university pursuing innovation policy and level of national legal system.*

*Factors and problems of the formation of demand and supply of innovative project by ecosystem of the innovation-entrepreneurial university are determined. The article presents the typology of organizational forms of market institutions-organizations according to the level of their involvement into innovation process at the stage of diffusion of innovations in the entrepreneurship university.*

*Authors express the opinion that the “engine” of innovations should be considered startups – quickly “fused” innovative ideas, which are produced by young, active, willing to take risks. This type of projects are flexible, they can easily change strategy, transform in the process, improve the latest product/service.*

**Ключові слова:** проекти; екосистема; інноваційно-підприємницький університет; стартап-проекти; дифузія інновацій; інноваційні ризики.

**Key words:** projects; ecosystem; innovation-entrepreneurial university; start-up projects; and diffusion of innovations; innovation risks.

**Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями.** Ми живемо в часи величезних перетворень, трансформаційних змін, хаосу, системної і комплексної модернізації економічних криз, що час від часу сколихують суспільство. Всі сторони

звичного життя радикально змінюються. Світ трансформується в напрямі інноваційного розвитку, стає невпізнаним та потребує нових цифрових підходів до проблем подальшого розвитку й зростання економіки. Необхідні не лише абсолютно нові якості стратегії держави і бізнесу в частині їх відцифрування, а й новий спосіб мислення сучасного покоління людей та інший рівень якості освіти [1, с. 247].

Розробка інформаційно-знаннєвої парадигми інноваційно-цифрового розвитку базується на злагодженій взаємодії економічної й соціальної систем з реалізацією основного принципу саморозвитку, в якому основним є діалектична єдність суперечностей між суспільством і людиною. Процеси інтеграції України у високотехнологічне конкурентне середовище зумовило необхідність формування інноваційно-цифрової моделі розвитку, в якій роль головного джерела довготривалого економічного зростання відіграють наукові надбання і їх технологічне застосування. Наука та інновації розглядаються не лише як фундамент і інструмент підвищення конкурентоспроможності й безпеки, але і як базовий елемент суспільства нового типу, заснованого на знаннях, інноваційних ідеях та проєктах [2, с. 19].

Разом з тим, сьогодні нарізла потреба в необхідності створення науково обґрунтованої системи державного управління інноваційною проєктною діяльністю і цифровим розвитком, спрямованою на виконання історичної ролі випереджаючого відображення складних процесів, що відбуваються в сучасних умовах глобального поступу. Створення ефективної інноваційної економіки є можливим у разі застосування системного підходу до розуміння сутності побудови інноваційної системи [3, с. 6].

**Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор, виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття.** Комплексне дослідження інноваційного розвитку економіки країни базується на ґрунтовному теоретико-методологічному фундаменті. На сучасне розуміння процесів формування і становлення інноваційно-підприємницького університету здійснили потужний вплив праці А. Грейфа, Д. Норта, П. Сорокіна, Й. Шумпетера. В сфері теорії інновацій плідно працюють дослідники і науковці України, які вивчають особливості розвитку проєктної діяльності в українських університетах з урахуванням економічних умов та особливостей, що притаманні для України в умовах цифровізації й глобального поступу.

В працях Н. Андрусак [4], О. Бондаря [5], І. Брітченка [6], В. Головатюк [7], В. Дімова [8], Т. Затонацької [2], Н. Краус, К. Краус [9–17], В. Лизун [18], О. Марченка [19–20], В. Нижника [21], В. Окрушко [22], М. Однорога [23], В. Осецького [24], О. Пархоменка [3], О. Пальчука [1], А. Примаченко [25], Л. Раменського [26], І. Рябова [27], Д. Степаненко [28], О. Скібіцького [29], А. Татаркіна [30], А. Фатенок-Ткачука [31], Л. Федулова [32] на основі застосування міждисциплінарного підходу, здійснюється науковий пошук економічних, соціальних, політичних чинників інституціональних перетворень традиційного університету в університет підприємницький, діяльність якого пов'язана з проєктною роботою, стартап-проєктами. Але, разом з тим, значна кількість проблем функціонування такого типу університету в частині його інноватизації, проблем якісного функціонування екосистеми, можливих ризиків та ринкових викликів залишаються недостатньо розкритими.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Запропонувати авторське бачення змісту проєктної діяльності інноваційно-підприємницького університету. Визначити актуальні критерії, що характеризують рівень розвитку інноваційно-підприємницького університету. Дослідити чинники та проблеми, що формують пропозицію і попит на інновації створені структурними інститутами екосистеми підприємницького університету.

Представити порівняльну характеристику інноваційних фірм малого і середнього бізнесу за класифікаціями Л. Раменського та Х. Фрізенвінкеля відповідно до залучення цих фірм на стадії дифузії інновацій в екосистемі підприємницького університету й типологію організаційних форм ринкових інститутів-організацій за рівнем долучення їх до інноваційного процесу. Розкрити характерні особливості порядку (послідовності) долучення організаційних форм інноваційної діяльності в інноваційний процес на стадії дифузії інновацій.

**Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів.** Сучасні тенденції глобалістично-цивілізаційного розвитку економічної й політичної площин світового простору спонукають Україну сформувати та впроваджувати інноваційно-цифрову економічну модель, яка має бути адаптованою новим викликам, що постали в ХХІ столітті. Переконані, що усвідомлення й врахування постійних змін зовнішнього середовища зумовить швидку появу ознак економічної стабілізації, росту і життєстійкості національної економіки в цілому та суб'єктів господарювання зокрема [31, с. 59].

До таких перспективних господарюючих інституцій варто віднести університети з їх інноваційно-підприємницькою, проєктною діяльністю. Критерії, що дають можливість усвідомити всю повноту і якість роботи та рівень розвитку інноваційно-підприємницького університету представлено в таблиці 1.

Інноваційно-підприємницький університет може існувати і розвиватися лише в суспільстві знань, в якому отримання й використання знань визначається не тільки міркуваннями економічної доцільності, але і тим, що знання в різних формах входять у повсякденне життя людей [3, с. 4]. Організація інноваційних процесів в сфері науки інноваційно-підприємницького університету відрізняється особливістю роботи наукових, конструкторських і проєктних колективів.

Відомо, що предметом праці наукових працівників та спеціалістів в більшості випадків не має речового виразу. В його якості найчастіше виступають раніше накопичені людиною знання, інформація, які знаходяться

в публікаціях, в результатах досліджень і розробках, зареєстрованих винаходах, відкриттях, у функціональних системах [22, с. 34].

Синергія взаємодії наявного наукового потенціалу, його вагомості та достатнього інтенсивного інвестування досліджень і розробок обумовлюють у свою чергу створення, як експортного ефекту поліпшення привабливості соціально-економічних можливостей для зростання й накопичення сукупного капіталу університету, так і внутрішнього [7, с. 123].

**Таблиця 1.**

**Критерії, що характеризують рівень розвитку інноваційно-підприємницького університету**

<p><b>Критерій рівня розвитку інституту інтелектуальної власності</b></p> <p>Рівень розвитку національного законодавства по захисту прав на об'єкти інтелектуальної власності; ступінь визнання національних патентів закордоном; ефективність системи стимулювання створення і використання об'єктів інтелектуальної власності; рівень розвитку в країні спеціальних державних і недержавних організаційних структур, що забезпечують охорону інтелектуальної власності від протиправних посягань.</p>	<p><b>Критерій рівня розвитку інноваційної інфраструктури або екосистеми</b></p> <p>Рівень розвитку національного науково-технічного потенціалу; освітній рівень населення країни; рівень розвитку в країні технополісів, технопарків, центрів трансферу технологій; рівень розвитку в країні інкубаторів малого інноваційного бізнесу; рівень розвитку системи венчурного фінансування; ступінь долученості суб'єктів національної інноваційної інфраструктури в міжнародний обмін науково-технічними досягненнями; рівень розвитку ІКТ; рівень розвитку фінансової системи країни.</p>
<p><b>Критерій рівня розвитку університету, що провадить інноваційну політику</b></p> <p>Рівень стійкості існуючого в університеті управління; рівень компетентності працівників структурних підрозділів на всіх рівнях; структура екосистеми в розрізі технологічних укладів; рівень корупції; частка державних витрат на науку й освіту; характер податкових пільг, що надаються інноваційним підприємствам, які функціонують в екосистемі університету; можливості використання підприємствами процедури прискореної амортизації; рівень державної підтримки розвитку інноваційної інфраструктури; рівень інноваційної культури; ступінь участі держави у венчурному фінансуванні екосистеми; ступінь сприятливості інвестиційного клімату.</p>	<p><b>Критерій рівня розвитку національної системи права</b></p> <p>Загальний рівень розвитку національної системи права; ступінь узгодженості національних нормативно правових актів; рівень розвитку в країні спеціального законодавства, цільовим чином орієнтованого на підтримку інноваційної діяльності; характер законодавчого закріплення податкових пільг для суб'єктів, які займаються інноваційною діяльністю функціонуючи в екосистемі й університеті; характер законодавчо закріплених норм, що регламентують заключення і виконання договорів на здійснення НДР, дослідно-конструкторських і технологічних робіт; рівень розвитку національного законодавства про науку й освіту; рівень законодавчої підтримки прогресивних нововведень в соціальній сфері.</p>

(узагальнено авторами на основі джерел 28, с. 21–25)

В країнах з розвинутою інноваційно-цифровою сферою малий і середній бізнес все активніше долучається як структурний складник екосистем університетів, інститутів, науково-дослідних центрів, буквально “обліплюють” їх з метою спільної розробки передових технологій (це є однією із зародкових форм становлення “sharing economy”, тобто економіки спільного користування, використання, участі), які потім за трансфером передають великому бізнесу.

В провідних підприємницьких університетах світу існують спеціальні програми, які сприяють та підтримують участь студентів і викладачів в малому інноваційному бізнесі. В американському штаті Пенсільванія зареєструвати таке мале підприємство вартує лише \$ 3. Більше того, на відкриття підприємства в структурі екосистеми університету видаються гранти, до того ж повернення коштів або участі в дивідендах самого університету не передбачається.

Не дивлячись на перші кроки в сфері підприємницької діяльності, все ж в частині створення необхідної інноваційної університетської інфраструктури, потенціал даної діяльності явно недооцінюється. Назріла потреба у “переоблаштуванні” навчально-викладацького процесу в напрямі наукових досліджень до інноваційно-підприємницького університету та інститутській ланці зокрема, з наступним виходом на практичне сприяння інноваційним процесам, включаючи і комерціалізацію отриманих результатів [18, с. 80].

З цієї метою, вважаємо за потрібне в таблиці 2 здійснити порівняльну характеристику інноваційних фірм малого і середнього бізнесу за класифікаціями Л. Раменського й Х. Фрізенвінкеля відповідно до залучення цих фірм на стадії дифузії інновацій в інноваційно-підприємницькому університеті.

Таблиця 2.

Порівняльна характеристика інноваційних фірм малого і середнього бізнесу за Л. Раменським та Х. Фрізенвінкелем відповідно до залучення цих фірм на стадії дифузії інновацій в підприємницькому університеті

Типи конкурентної поведінки на ринку	Тип компанії (класифікація Х. Фрізенвінкеля)	Особливості діяльності фірми на ринку за залученням їх до інноваційного процесу
1	2	3
1. Експлоренти (притаманна піонерська стратегія на ринку)	“швидкі ластівки економіки” або “метелики” (наприклад, <i>Apple</i> )	Їх особливістю є створення принципово нового ринку, отримання вигод з одноосібної присутності на ньому на початковому етапі та, як правило, зміна стратегії і перехід в іншу групу після реалізації проекту. <i>Джерело сил:</i> великий науковий потенціал, значний прибуток, у разі вдалої реалізації проекту.
2. Пацієнти (притаманна нішова стратегія на ринку інновацій)	“хитрі лиси економіки” (наприклад, <i>Cry reseach</i> )	Мають максимальну частку маленького ринкового сегменту. <i>Джерело сил:</i> висококваліфікований персонал, якісне обладнання, гарний досвід дрібносереднього виробництва, незвичайність продукції.
3. Віоленти (притаманна силова стратегія на ринку інновацій). <i>Джерело сил:</i> масовість виробництва та переваги, які дають масштабні наукові дослідження і мережа збуту	“горді леви” (наприклад, <i>Soni</i> )	Прискорене зростання зі спеціалізацією у перспективному і великому сегменті ринку, а прибутку достатньо для прискореного росту.
	“могутні слони” (наприклад, <i>Simmens</i> )	Середнє, але стабільне зростання, широка диверсифікація в межах ринку. Прибуток достатній для забезпечення стійкості на ринку.
	“неповоротні бегемоти” (наприклад, <i>Filips</i> )	Характерним є уповільнене зростання та надмірна, непорядкована диверсифікація на багатьох ринках. Прибуток такі підприємства отримують незначний.
4. Комутанти (притаманна пристосувальна, з'єднуюча стратегія на ринку)	“сірі миші економіки” (наприклад, <i>McDonald's</i> )	Їх специфіка – це гнучкість, локальність, постійна націленість на отримання прибутку та готовність вдатися заради неї до будь-яких засобів. <i>Джерело сил:</i> невеликий розмір фірми, який дозволяє їй маневрувати.
5. Леталенти	“лебеді”	Характеризуються реструктуризацією фірми, закінчення існування її в попередньому вигляді на ринку. Фірми розпадаються у зв'язку з неможливістю їх ефективного функціонування або відбувається диверсифікація з повною зміною профілю діяльності та повною або частковою зміною попередніх технологічних процесів, зміною персоналу. Запорукою успіху в управлінні підприємством є вміння зосередитись на вирішенні проблем, що притаманні певній стадії його життєвого циклу так, щоб воно могло розвиватись далі.

(узагальнено авторами на основі джерел 26; 25, с. 188; 21, с. 35–38; 29, с. 196)

Разом з тим, в рамках проблеми статті, в таблиці 3 зроблено спробу представити типологізацію організаційних форм ринкових інститутів-організацій за рівнем долучення їх до інноваційного процесу на стадії дифузії інновацій в підприємницькому університеті.

Порядок долучення проаналізованого в таблицях 2 і 3 малого й середнього бізнесу до реалізації інноваційного проекту на різних його етапах в підприємницькому університеті та зокрема на стадії дифузії інновацій представлено на рисунку 1.

Під інноваційним проектом варто розуміти систему взаємопов'язаних цілей і програм їх досягнення, що являють собою комплекс науково-дослідних, дослідно-конструкторських, виробничих, організаційних, фінансових, комерційних та інших заходів, відповідним чином організованих, оформлених комплектом проектної документації, що забезпечують ефективне вирішення конкретного науково-технічного завдання, вираженого в кількісних й якісних показниках та приводить до інновації.

Таблиця 3.

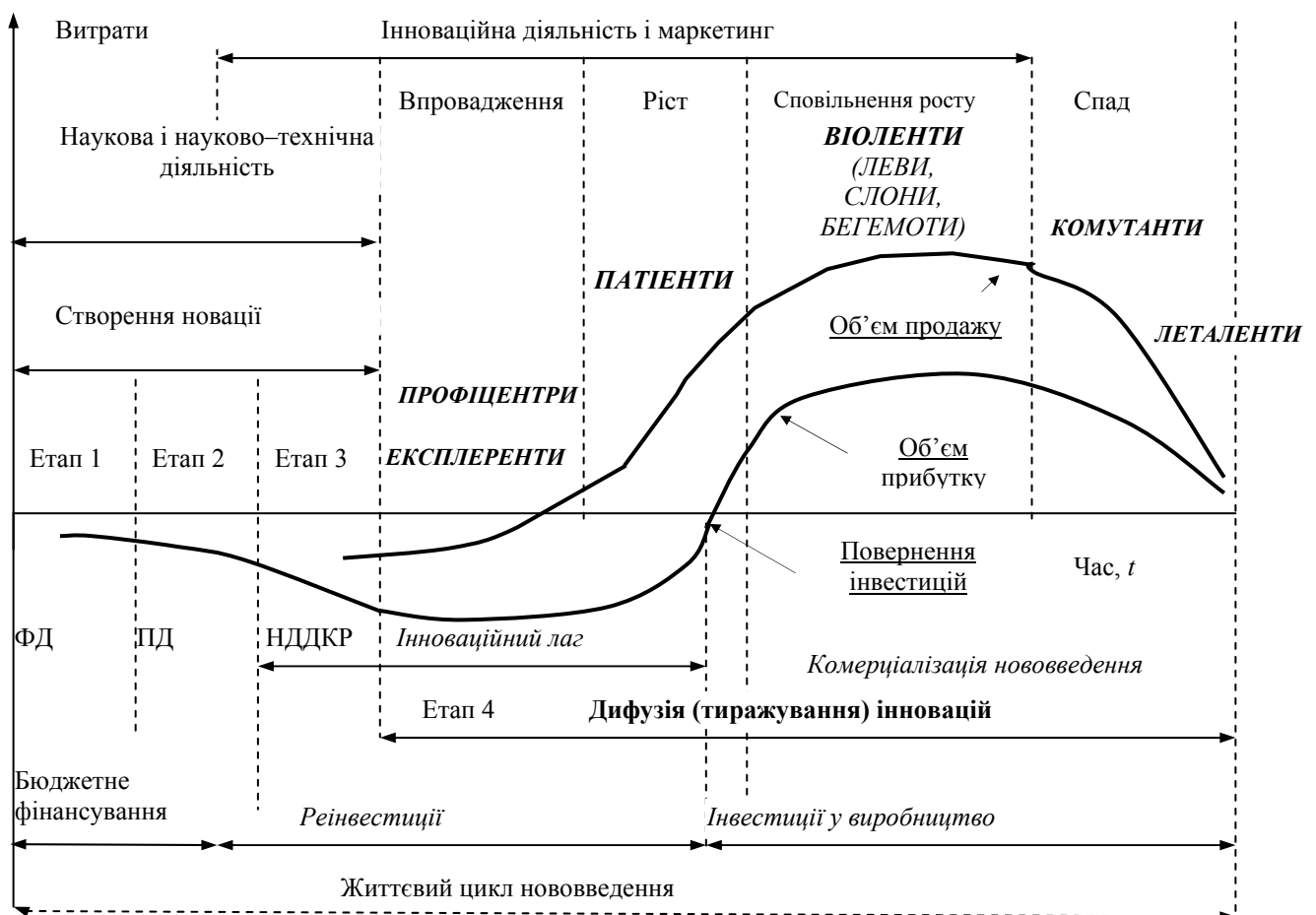
Типологія організаційних форм ринкових інститутів-організацій за рівнем долучення їх до інноваційного процесу на стадії дифузії інновацій в підприємницькому університеті

Категорії ринкових суб'єктів, інститутів-організацій, фірм	Загальна характеристика ринкового інституту-організації
<p>Патієнти (з лат. “<i>patientia</i>” – “терпіння”, “витривалість”) – фірма, компанія, найбільш відома якістю і широким визначенням її виробів та послуг. Приклад: <i>Cry reseach, Jaguar</i>.</p>	<p>Інститути-організації або фірми, що створюють інновації для потреб вузького сегмента ринку. Вони уникають конкуренції з великими корпораціями, шукаючи недоступні для них сфери діяльності, надаючи товару унікальних властивостей. Товари мають ексклюзивний характер, є високоякісними і дорогими. Фірми-патієнти задовольняють потреби, які сформувались під впливом моди, реклами й інших засобів. Виростають у фірми-експлеренти. Вони діють на етапах росту випуску продукції і на стадії падіння винахідницької активності, їх науково-технічна політика вимагає прийняття рішень про терміни постановки на виробництво та зняття з нього продукції, проведення чи припинення розробок на рівні винаходів, про доцільність продажу і покупки ліцензій. Патієнтна стратегія – це стратегія диверсифікації продукції й зайняття своєї ніші. Такі фірми вважаються прибутковими. Однак, існує велика ймовірність ризику чи небезпека кризи. Гасло фірм-патієнтів: “Дорого, зате добре”. Особливістю пацієнтів є агресивність дій і неналежна увага до зовнішнього середовища. Це пов'язано з тим, що пацієнтам необхідно “захопити” певну нішу ринку і довести своє фінансове благополуччя.</p>
<p>Експлеренти (з лат. “<i>explere</i>” – “наповнювати”, “виповнювати”) – фірми, інститути-організації, підприємства, що спеціалізуються на створенні нових чи радикальних перетворень старих сегментів ринку. Вони займаються просуванням нововведень на ринок. Приклад: <i>Apple, Zenit, Осборн</i>.</p>	<p>Ризикові фірми або інноваційні підприємства, що спеціалізуються на створенні нових чи радикально змінених старих сегментів ринку. Вони є розробниками нової продукції, для чого створюють у себе потужні дослідницькі відділи та конструкторські бюро. Такі інноваційні підприємства займаються науковими, конструкторськими розробками, комерційним освоєнням технічних відкриттів, виробництвом дослідних, пробних партій товарів. Їх головна роль в економіці – інноваційна, яка полягає у створенні радикальних, “проривних” нововведень, які ведуть до довгострокової переваги над конкурентами. Фірма-експлерент в своєму розвитку створюється, як компанія-піонер. Впроваджуючи принципово нові продукти, вони отримують надприбуток за рахунок їх великої наукомісткості і внаслідок піонерного виведення їх на ринок. Але, в більшості випадків вони неприбуткові. Такі фірми працюють в “околицях” етапу максимуму циклу винахідницької активності і з самого початку випуску продукції. Вони створюють умови для науково-технічних зрушень у сучасній економіці. Гасло експлерентних фірм: “Краще і дешевше, якщо вийде”. В зв'язку із обмеженістю виробничих потужностей при впровадженні нововведень фірми-експлеренти можуть взаємодіяти з іншими фірмами-виробниками, а також вступати у партнерські відносини із фірмами-віолентами, фірмами-патієнтами і фірмами-комутантами та можуть, при необхідності, перетворюватися (трансформуватися) в них.</p>
<p>Віоленти (з лат. “<i>violentia</i>” – “схильність до насилля”, “силовики” – фірми з силовою стратегією. Приклад: <i>Toyota, Philips, Microsoft, Ciemens, Marlboro, Camel</i>.</p>	<p>Дані організації орієнтуються на інновації, що здешевлюють виготовлення продукції, водночас забезпечуючи їй рівень якості, якого вимагає основна маса споживачів. Віоленти орієнтуються на задоволення попиту широкого кола споживачів, що пред'являють “середні запити” до якості і ціни, з цих причин їх девіз: “Дешево, але пристойно”. Віоленти займаються масовим випуском продукції для широкого кола споживачів. За рахунок низьких цін і середньої якості фірми завжди конкурентоспроможні. Вони мають великий капітал і високий рівень освоєння технології. Їх науково-технічна політика потребує прийняття рішень про термін розміщення продукції на виробництві (в т.ч. про придбання ліцензій); про зняття продукції з виробництва; про інвестиції і розширення виробництва; про заміну парку машин й обладнання. Віолентом може стати фірма-експлерент на етапі використання інновацій. Віоленти – це фірми, що діють у сфері великого стандартного бізнесу. Це фірми прибуткові, що діють при ТНК. В основному віоленти беруть участь у проведенні планових пошукових і прикладних НДР та в створенні нових моделей і модернізації раніше виготовленої техніки.</p>
<p>Комутанти (з лат. “<i>commutant</i>” – “обмін” та “<i>commuta</i>” – “зміна”; “<i>commutan</i>” – “перехід”. Приклад: <i>McDonald's</i>.</p>	<p>Зазвичай, комутанти – це середні та малі фірми. Вони орієнтуються на задоволення конкретних національних і місцевих потреб. Комутанти використовують інновації, створені іншими (як правило, віолентами), збагачуючи їх індивідуальними характеристиками, пристосовуючись до невеличких за обсягами потреб конкретного клієнта. Вони підвищують споживну</p>

	<p>цінність товару не за рахунок надвисокої якості (як пацієнти), а завдяки індивідуалізації. Підвищена гнучкість комутантів (за що вони отримали назву “сірих мишей”) дає змогу їм утримувати конкурентні позиції на ринку. Фірми-комутанти діють на етапі спаду циклу випуску продукції, тобто використовують інновації на стадії їх старіння. Їх науково-технічна політика потребує прийняття рішень про вчасну постановку продукції на виробництво, про ступінь технологічної особливості виробів, що випускаються віолентами, про ступінь технологічного освоєння виробів, доцільності зміни в них відповідно до вимог специфічних потреб. Головне завдання комутантів полягає у підвищенні споживної цінності товару не за рахунок надвисокої якості, а за рахунок задоволення невеликих за обсягом потреб клієнтів. Саме тому гасло комутантів: “Ви доплачуєте за те, що я вирішую саме Ваші проблеми”.</p>
--	--

(узагальнено авторами на основі джерел 26; 25; 21; 5)

Реалізація задуму інноваційного проекту забезпечується учасниками проекту (рис. 1). В залежності від виду проекту в його реалізації можуть брати участь від однієї до кількох десятків (іноді сотень) організацій, фірм. У кожній з них свої функції, ступінь участі в проекті й міра відповідальності за його долю. Разом з тим, всі зацікавлені представники бізнесу в залежності від виконуваних ними функцій прийнято поєднувати в конкретні групи (категорії) учасників проекту [29].



де,  
 ФД – фундаментальні дослідження;  
 ПД – пошукові дослідження;  
 НДДКР – науково-дослідні і дослідно-конструкторські роботи.

**Рис. 1. Порядок (послідовність) долучення організаційних форм інноваційної діяльності в інноваційний процес на стадії дифузії інновацій [9, с. 465]**

Аналізуючи рисунок 1 варто зазначити, що інноваційний проект охоплює всі стадії інноваційної діяльності, пов'язаної з трансформацією науково-технічних ідей у новий чи удосконалений продукт, впроваджений на ринку, в новий чи удосконалений технологічний процес, використаний у практичній діяльності, або в новий підхід до соціальних послуг.

З погляду стадій здійснення інноваційної діяльності проект містить у собі науково-дослідні, проектно-конструкторські й експериментальні роботи, освоєння виробництва, організацію виробництва і його запуск, маркетинг нових продуктів, а також фінансові заходи. Інноваційний проект, розглянутий як процес, що відбувається в часі, охоплює такі етапи: формування інноваційної ідеї (здуму), розробка проекту, реалізація проекту, завершення проекту. Для кожного етапу характерними є низка ризиків в залежності від походження та типу інновацій над якими працюють в підприємницькому університеті колективи науковців-дослідників. Відповідно до градації ризику прогнозується швидкість дифузії, зміни поведінки споживачів під впливом природи і новизни інновацій (табл. 4 і 5).

**Таблиця 4.**

**Диференціація ризиків інноваційного проекту в залежності від походження інновацій [27, с. 190]**

Тип інноваційної продукції за походженням	Характеристика змін поведінки споживача	Швидкість дифузії	Градація ризику
<i>Технологічне покращення (організаційне)</i>	Не змінюється	Висока	Низька
<i>Технологічний розрив</i>	Слабо змінюється	Середня	Підвищена
<i>Переривчаста інновація</i>	Сильно змінюється	Низька	Висока

**Таблиця 5.**

**Диференціація ризиків інноваційних проєктів в залежності від типів інновацій [27, с. 190]**

Походження інновацій	Природа інновацій		Організаційно-технологічні	Продуктові (споживчі)	Комплексні
	Новизна інновацій				
<i>Покращення</i>	Існуючі сегменти		Низька	Підвищена	Підвищена
	Нові сегменти		Низька	Підвищена	Підвищена
<i>Розрив</i>	Існуючі сегменти		Висока	Висока	Висока
	Нові сегменти		Висока	Висока	Дуже висока
<i>Переривчаста інновація</i>	Існуючі сегменти		Висока	Висока	Дуже висока
	Нові сегменти		Висока	Дуже висока	Дуже висока

Головне для інноваційного проекту – це команда, продукт і ринок. Хорошої ідеї замало. Важливо вміти її реалізувати, тобто побудувати успішний і прибутковий бізнес. Для цього команда інноваторів-винахідників має бути спроможною створювати новітній продукт/послугу, який вирішує серйозну і надзвичайно болючу проблему на великому й швидкозростаючому ринку. Так, прикладами успішних інноваційних проєктів можуть бути українські стартапи, серед яких GitLab, який став першим українським “єдинорогом”, а також Pectube, Readdle, Grammarly, PDFfiller, Jooble.

Темпи розвитку інновацій настільки швидкі, що робити будь-які далекоглядні прогнози просто неможливо. В наш час виникають нові комп’ютерні платформи, розвивається blockchain, AI, robotech, цифрова медицина. Що стосується ризиків, то сьогодні обговорюють можливість виходу AI з-під контролю, що може мати загрозу для людства. Поки що це здається фантастикою, але краще цього не допускати та всіляко намагатись контролювати роботу штучного інтелекту.

В рамках теми статті вважаємо за потрібне зупинитись на з’ясуванні детермінантів та проблем формування пропозиції і попиту на інноваційні проєкти на ринку інновацій. Чинниками формування пропозиції інноваційного проєкту екосистемою інноваційно-підприємницького університету є:

- сформовані на основі нових знань новації проєкту не мають належного попиту для впровадження у сфері виробничої діяльності;

- відносно глибокі фундаментальні дослідження створюють нові знання, здебільшого для знань чи виконання певних планів;

- низький показник створених інновацій на основі реальних технічних та технологічних потреб виробників, особливо у сфері малого і середнього підприємництва, що функціонує в середовищі екосистеми інноваційно-підприємницького університету;

- надто тривала (а іноді затягнута) процедура надання проєктом інноваціям товарної форми, яку можна вільно купити у потрібний виробникові момент.

До чинників та проблем, що формують попит на інновації створенні структурними інститутами екосистеми підприємницького університету, наступні:

- 1) національні фактори (визначають розвиток галузей і виробництв у країні):

- рівень професійно-кваліфікаційної підготовки фахівців;

- рівень адаптації галузі (фірми) до діяльності на міжнародних ринках, кількість видів новаційної продукції на закордонних ринках;

- рівень політичної, економічної, інвестиційної і соціальної стабільності в країні;

- 2) економічні фактори (визначають активність чи пасивність попиту на інновації через співвідношення затрат на створення новацій і нових товарів, прибутки фірм-виробників та доходів споживачів):



- рівень новизни створюваного технічного засобу та продукти і рівень затрат на їх створення;
- рівень авторитетної думки покупця щодо новації;
- рівень ефективності використання новаційної техніки і технології;
- рівень пільг та їх правового забезпечення на створення нових техніко-технологічних систем і видів продукції;

3) технічні фактори (система цих факторів визначається техніко-технологічними особливостями новацій. Технічні новації впливають на зростання попиту, якщо вони покращують економічні і соціальні показники виробництва):

- швидкість освоєння нової продукції;
- відповідність техніко-технологічних новацій галузевим стандартам;
- рівень техніки та технологій підприємства-виробника як новації, так і споживчої продукції;

4) ринкові фактори (визначають узгоджену поведінку як продавця, так і покупця):

- встановлення ціни на нову продукцію;
- якість новації;
- вибір сегмента ринку;
- стан реклами;
- співвідношення “старої” і нової продукції на ринку інновацій [9, с. 471].

На думку українського професора Л. Федулової причинами, що стримують реалізацію інноваційно-цифрового фактору підвищення конкурентоспроможності економіки та підприємницьких університетів в Україні є:

- незатребуваність інновацій, оскільки українська економіка в її нинішньому стані не формує активної зацікавленості переважної частки господарюючих суб'єктів у результатах наукових розробок, або ж останні виявляються не в змозі ефективно використовувати інноваційні розробки;

- відсутність якісних інститутів, що забезпечують функціонування економіки інноваційного типу в усіх її складових (організація й управління розробками; їх фінансування, маркетинг, комерціалізація);

- низька платоспроможність населення, породжує його нездатність платити вищі ціни за більш якісну продукцію;

- мала чисельність висококваліфікованих фахівців, здатних працювати в інноваційній сфері та у сфері високотехнологічного виробництва;

- відсутність ефективної й узгодженої не лише регіональної, але й державної промислової та інноваційної політики [32, с. 38].

Тож підводячи підсумок за науковою проблемою, можна стверджувати, що сьогодні виникла нагальна потреба в підвищенні ролі інноваційних факторів і новаторських навиків в соціально-економічному розвитку підприємницького університету. Можливості окремих країн у рішенні цієї задачі різняться. Так мова йде як про підвищення витрат на освіту і розвиток науки, так і запрошення спеціалістів з інших країн та скупки патентів. За будь-яких обставин вимоги до підвищення освітнього, культурного, інтелектуального рівня населення, учасників цифровізації економіки, системної та комплексної модернізації, стає основною потребою соціально-економічного розвитку. Але для цього необхідно:

- переконати населення, державних керівників, активних ринкових агентів в суспільній та корпоративній пріоритетності інноваційно-цифрового сценарію модернізації Української економіки та окремих її сегментів, всього суспільного розвитку. В цьому питанні лише політичними закличками чиновників від влади до населення та бізнесу не переконати. Потрібна достовірна інформація і гарантії держави на позитивні соціальні, екологічні, законодавчі зміни, які здатні зацікавити все населення;

- ліквідувати теоретико-ідеологічні розбіжності в оцінці ролі інновацій у проведенні масштабної та інституціональної модернізації, обмежити цінові (тарифні) і так би мовити “шпарини” для бізнесу (штучно створювані системи посередників, “перекупщиків”) отримувати зростаючий дохід без використання інноваційно-цифрових рішень [30, с. 20].

До того ж, якщо українці вважають себе частиною глобального світу і глобальної економіки, то потрібно погодитись з тим, що потрібна модернізація інститутів, становлення інноваційно-підприємницьких університетів і перехід до довгострокових саморегулюючих схем цифрового розвитку та проектної діяльності. Навіть, якщо це буде поетапна програма. Важливо, щоб українці усвідомили, що це – безальтернативний шлях розвитку національної економіки в умовах глобалізації [8, с. 101].

Особливістю сучасного інноваційно-цифрового економічного розвитку є та обставина, що інноваційна сфера та її науковий потенціал відіграють ключову роль у формуванні потоків прямих іноземних інвестицій. Україна володіє суттєвим науковим потенціалом і уряду варто було б його активніше залучати до формування інвестиційних потоків в національну економіку [7, с. 110].

**Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі.** Поза всяким сумнівом, інновації займають в економіці XXI століття ключове місце. “Двигуном” інновацій вважаємо стартапи – швидко “зрошені” інноваційні ідеї, які спродуковані молодими, активними, готовими до ризикову людьми. Саме такого типу проекти є гнучкими, з легкістю можуть змінювати стратегію, “в процесі” удосконалюватись, покращувати новітній продукт/послугу. Та в Україні їм перешкоджають низка стримуючих чинників. Перш за все, податкова і регуляторна політика, яку слід спростити. На що й повинні бути спрямовані подальші дослідження наукової спільноти.

Переконані, що для розвитку інноваційного потенціалу необхідно, щоб інноватори, які хочуть займатися підприємництвом, мали змогу це робити безперешкодно. Якщо стартапам, які спродуковані українськими дослідниками в стінах підприємницьких університетів буде комфортно і легко започатковувати, то буде розвиватися венчурний бізнес, і перспективи інноваційно-цифрового розвитку можуть бути швидкими, а потенціал в Україні є надзвичайно високий.

### Список літератури.

1. Пальчук, О. І. (2013), Інноваційна економіка як основа розвитку сучасного суспільства. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну*, 1. С. 247–252.
2. Затонацька, Т. Г. (2011), Проблеми і перспективи інноваційного розвитку України. *Науково-технічна інформація*, 4. С. 19–24.
3. Пархоменко, О. В. (2009), Інноваційна економіка як результат взаємодії економічної і соціальної систем. *Науково-технічна інформація*, 3. С. 3–6.
4. Andrusiak, N., Kraus, N., Savchenko, A., Iavich, M. (2019), Practices of Using Blockchain Technology in ICT under the Digitalization of the World Economy. *Proceedings of the International Workshop on Conflict Management in Global Information Networks (CMiGIN 2019)* co-located with 1st International Conference on Cyber Hygiene and Conflict Management in Global Information Networks. Lviv, Ukraine, November 29. URL: <http://ceur-ws.org/Vol-2588/paper8.pdf>. P. 80–89.
5. Бондар, О. В. (2010), *Ситуаційний менеджмент*: навч. посіб.. Київ: Центр учбової літератури.
6. Britchenko, I., Kraus, N., Kraus, K. (2019), University innovative hubs as points of growth of industrial parks of Ukraine. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії і практики*, 4 (31), С. 448–456.
7. Головатюк, В. М. (2012), Інвестиційна привабливість інноваційної сфери у контексті української економіки. *Наука та наукознавство*, 3. С.110–127.
8. Димов, В. (2009), Институциональные границы государственного регулирования. *Вестник института экономики Российской Академии наук*, 2. С. 88–102.
9. Краус, Н. М. (2019), *Інноваційна економіка в глобалізованому світі: інституціональний базис формування та траєкторія розвитку*: монографія. Київ: Аграр Медіа Груп.
10. Краус, Н. М., Краус, К. М. (2016), Реалізація інноваційного проекту підприємницькою структурою в рамках дії “вітряка інновацій”. *Економіст*, 2. С. 4–8.
11. Краус, Н. М., Краус, К. М. (2018), Які зміни несе в собі “Індустрія 4.0” для економіки та виробництва? *Формування ринкових відносин в Україні*, 9 (208). С. 128–136.
12. Kraus, N. M. (2015), Institutional design on meso-level of innovative economy: fractal-facet model. *Economic Annals-XXI*, 3-4 (1), P. 4–7. URL: [http://soskin.info/userfiles/file/2015/3-4\\_1\\_2015/Kraus.pdf](http://soskin.info/userfiles/file/2015/3-4_1_2015/Kraus.pdf).
13. Краус, Н. М., Максименко, О. С. (2013), Ризики інноваційної підприємницької діяльності. *Економіка. Фінанси. Право*, 7 (1). С. 25–29.
14. Краус, Н. М. (2014), Дифузія інновацій та вплив на неї ризиків мислення. *Науковий вісник Чернівецького університету*, Вип. 717. С. 3–9.
15. Kraus, N. M., Kraus, K. M. (2016), The market of innovations: factors, incentives, obstacles and perspectives for effective functioning. *The USV Annals of Economics and Public Administration*, Vol. 16. Iss. 1 (23). С. 85–91.
16. Краус, К. М., Краус, Н. М. (2018), Цифровізація в умовах інституційної трансформації економіки: базові складові та інструменти цифрових технологій. *Інтелект XXI століття*, 1. С. 211–214.
17. Краус, К. М., Краус, Н. М. (2019), *Ретроспектива і сучасність оподаткування в Україні та за кордоном*: монографія. К.: Аграр Медіа Груп.
18. Лизун, В. (2012), Стимулы инновационной экономики. *Международная экономика*, 10. С. 78–87 .
19. Марченко, О. В., Краус, Н. М., Краус, К. М. (2020), Платформена економіка: наратив інноваційного становлення підприємницьких університетів та філософія розвитку на засадах цифровізації. *Ефективна економіка*, 1. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=7566> (Дата звернення: 15.03.2020).
20. Марченко, О. В., Краус, Н. М., Краус, К. М. (2020), Цифрова економіка та інноваційно-підприємницький університет крізь призму конкурентоспроможності. *Ефективна економіка*, 3. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=7705> (Дата звернення: 10.04.2020).
21. Нижник, В. М., Теляча, Л. П. (2004), *Міжнародний інноваційний менеджмент*: конспект лекцій та метод. вказівки до вивчення курсу для студ. денної форми навчання спец. 7.030403 “Міжнародні економічні відносини”. Хмельницький: ХДУ. 179 с.
22. Окрушко, В. Я. (2009), Развитие инновационной способности национальной экономики. *Проблемы современной экономики*, 4. С. 34–36.
23. Odnorog, M., Kraus, N., Kraus, K. (2019). The features of entrepreneurial interactions in the interactions in the agricultural sector in terms of institutional transformation. *Baltic Journal of Economic Studies*, 4. P. 171–181. URL: <http://www.baltijapublishing.lv/index.php/issue/article/download/720/pdf> (Дата звернення: 15.04.2020).
24. Osetskiy, V., Kraus, N., Kraus, K. (2020). New quality of financial institutions and business management. *Baltic Journal of Economic Studies*, 1, P. 59–66. URL: <http://www.baltijapublishing.lv/index.php/issue/article/download/766/pdf> (Дата звернення: 25.04.2020).
25. Примаченко, А. В. (2015), *Порівняльна характеристика конкурентних стратегій інноваційного*

характеру. URL: <http://old.ofpd.kiev.ua/78konf/marketing.pdf>. С. 187–188 (Дата звернення: 5.05.2020).

26. Раменский, Л. Г. (1952), О некоторых принципиальных положениях современной геоботаники. *Ботанический журнал*, 37 (2). С. 181–201.
27. Рябов, И. В., Касаев, Б. С. (2012), Оценка рисков выведения на рынок различных типов инноваций. *Инновации и инвестиции*, 2. С. 188–191.
28. Степаненко, Д. М. (2011), Методика оцінки системи інститутів інноваційного розвитку общества. *Проблемы современной экономики*, 2. С. 21–25.
29. Скібіцький, О. М. (2009), *Антикризовий менеджмент*: навч. посібник. Київ: Центр учбової літератури.
30. Татаркин, А. И. (2011), Модернизация как потребность социально-экономического развития России. *Зауральский научный вестник*, 1. С. 7–23.
31. Фатенюк-Ткачук, А. О. (2012), Парадигма проявів “нової” економіки. *Актуальні проблеми економіки*, 12. С. 53–60.
32. Fedulova, L. (2012), Institutional environment for innovation development of Ukrainian regions. *Економіст*, 5. Р. 38–42.

## References.

1. Palchuk, O. I. (2013), “Innovative economy as a basis for the development of modern society”, *Bulletin of Kyiv National University of Technology and Design*, 1. pp. 247–252.
2. Zatonatska, T. H. (2011), “Problems and prospects of innovative development of Ukraine”, *Scientific and technical information*, 4. pp. 19–24.
3. Parkhomenko, O. V. (2009), “Innovative economy as a result of interaction of economic and social systems”, *Scientific and technical information*, 3. pp. 3–6.
4. Andrusiak, N., Kraus, N., Savchenko, A. and Iavich, M. (2019), “Practices of Using Blockchain Technology in ICT under the Digitalization of the World Economy”, *Proceedings of the International Workshop on Conflict Management in Global Information Networks (CMiGIN 2019)* co-located with 1st International Conference on Cyber Hygiene and Conflict Management in Global Information Networks, [Online] Lviv, Ukraine, November 29. URL: <http://ceur-ws.org/Vol-2588/paper8.pdf>. pp. 80–89 (Accessed 5 May 2020).
5. Bondar, O. V. (2010), *Sytuatsiyni menedjment* [Situational management], Center for Educational Literature, Kyiv, Ukraine.
6. Britchenko, I., Kraus, N. and Kraus, K. (2019), “University innovative hubs as points of growth of industrial parks of Ukraine”, *Finansovo-kredytna diialnist: problemy teorii ta praktyky*, no. 4 (31), pp. 448–456.
7. Golovatyuk, V. M. (2012), “Investment attractiveness of innovation sphere in the context of Ukrainian economy”, *Science and science of science*, 3. pp. 110–127.
8. Dymov, V. (2009), “Institutional boundaries of state regulation”, *Bulletin of the institute of economics of Russian Academy of Sciences*, 2. pp. 88–102.
9. Kraus, N. M. (2019), *Innovatsiina ekonomika v hlobalnomu sviti: instytutsionalnyi bazys formuvannia ta traiektoriia rozvytku* [Innovative economy in a globalized world: institutional basis of formation and development trajectory], Agrar Media Group, Kyiv, Ukraine.
10. Kraus, K. M. and Kraus, N. M. (2016), “Implementation of an innovation project by an entrepreneurial structure within the framework of “windmill of innovation” action”, *Економіст*, vol. 2, pp. 4–8.
11. Kraus, K. M. and Kraus, N. M. (2018), “What changes does Industry 4.0 bring to the economy and manufacturing?”, *Formuvannia rynkovukh vidnosyn v Ukraini*, vol. 9 (208), pp. 128–136.
12. Kraus, N. M. (2015), “Institutional design on meso-level of innovative economy: fractal-facet model”, *Economic Annals-XXI*, [Online] 3-4 (1), pp. 4–7. URL: [http://soskin.info/userfiles/file/2015/3-4\\_1\\_2015/Krays.pdf](http://soskin.info/userfiles/file/2015/3-4_1_2015/Krays.pdf) (Accessed 7 May 2020).
13. Kraus, N. M. and Maksymenko, O. S. (2013), “Risks of innovative entrepreneurial activity”, *Economy. Finances. Law*, 7 (1). pp. 25–29.
14. Kraus, N. M. (2014), “Diffusion of innovations and the impact of thinking risks on it”, *Scientific Bulletin of Chernivtsi University*, vol. 717. pp. 3–9.
15. Kraus, N. M. and Kraus, K. M. (2016), “The market of innovations: factors, incentives, obstacles and perspectives for effective functioning”, *The USV Annals of Economics and Public Administration*, vol. 16. Iss. 1 (23). pp. 85–91.
16. Kraus, K. M. and Kraus, N. M. (2018), “Digitalization in the conditions of institutional transformation of economy: basic components and tools of digital technologies”, *Intelligence of the XXI century*, 1. pp. 211–214.
17. Kraus, K. M. and Kraus, N. M. (2019), *Retrospektyva i suchasnist opodatkuvannia v Ukraini ta za kordonom* [Retrospective and contemporary taxation in Ukraine and abroad], Agrar Media Group, Kyiv, Ukraine.
18. Lizun, V. (2012), “Incentives for an innovative economy”, *International economics*, 10. pp. 78–87.
19. Marchenko, O. V., Kraus, K. M. and Kraus, N. M. (2020), “Platform economy: a narrative of innovative-entrepreneurial universities and a digitized development philosophy”, *Efektivna ekonomika*, [Online], vol. 1, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7566> (Accessed 30 Jan 2020).
20. Marchenko, O. V., Kraus, K. M. and Kraus, N. M. (2020), “Digital economy and innovation and entrepreneurship university through the prism of competitiveness”. *Efektivna ekonomika*, [Online], vol. 3, available at:

<http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7705> (Accessed 10 Apr 2020).

21. Nyzhnyk, V. M. and Teliacha, L. P. (2004), *Mizhnarodnyi innovatsiyni menedgment* [International innovation management]: lecture notes and guidelines for studying the course for full-time students majoring in 7.030403 “International economic relations”. KSU, Khmelnytskyi, Ukraine.

22. Okryshko, V. Ya. (2009), “Development of innovative ability of national economy”, *Problemy sovremennoy ekonomiki*, 4. pp. 34–36.

23. Odnorog, M., Kraus, N. and Kraus, K. (2019), “The features of entrepreneurial interactions in the interactions in the agricultural sector in terms of institutional transformation”, *Baltic Journal of Economic Studies*, [Online], 4. pp. 171–181. URL: <http://www.baltijapublishing.lv/index.php/issue/article/download/720/pdf> (Accessed 15 Apr 2020).

24. Osetskiy, V., Kraus, N. and Kraus, K. (2020), “New quality of financial institutions and business management”, *Baltic Journal of Economic Studies*, [Online], 1, pp. 59–66. URL: <http://www.baltijapublishing.lv/index.php/issue/article/download/766/pdf> (Accessed 25 Apr 2020).

25. Prymachenko, A. V. (2015), “Comparative characteristics of competitive strategies of innovative nature”. URL: <http://old.ofpd.kiev.ua/78konf/marketing.pdf>. [Online]. pp. 187–188 (Accessed 5 May 2020).

26. Ramenskiy, L. G. (1952), “About some fundamental principles of modern geobotany”, *Botanical Journal*, 37 (2). pp. 181–201.

27. Ryabov, I. V. and Kasaev, B. S. (2012), “Risk assessment of launching various types of innovations on the market”, *Innovations and investments*, 2. pp. 188–191.

28. Stepanenko, D. M. (2011), “Methodology for assessing the system of institutions of innovative development of society”, *Problems of the modern economy*, 2. pp. 21–25.

29. Skibitskiy, O. M. (2009), *Antykryzovyi menedgment* [Anti-crisis management]: tutorial. Center for Educational Literature, Kyiv, Ukraine.

30. Tatarin, A. I. (2011), “Modernization as a need for socio-economic development of Russia”, *Zauralskiy scientific bulletin*, 1. pp. 7–23.

31. Fatenok-Tkachuk, A. A. (2012), “The paradigm of manifestations of the “new” economy”, *Actual problems of economy*, 12. pp. 53–60.

32. Fedulova, L. (2012), “Institutional environment for innovation development of Ukrainian regions”, *Economist*, 5. pp. 38–42.

Стаття надійшла до редакції 08.05.2020 р.