

ЦИРКУЛЯРНА МОДЕЛЬ ВЗАЄМОЗВ’ЯЗКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ЄМНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

<http://doi.org/>

© Жигало О. Ю., 2020

Проаналізовано сучасний стан експорту результатів інноваційної діяльності вітчизняних підприємств. На підставі отриманих результатів ідентифіковано низький рівень розвитку технологічного експорту в Україні на фоні існування інноваційної ємності вітчизняних бізнес-структур. З метою активізації експортної діяльності та подальшого нарощення інноваційної ємності українських підприємств розроблено та обґрунтовано циркулярну модель взаємозв’язку інноваційної ємності та експортної діяльності.

Ключові слова: інноваційна ємність; інновації; експорт; стейкхолдери; дифузія; моніторинг; навчання через експорт; абсорбція; підприємство.

Постановка проблеми

Європейська інтеграція відкриває перед українською економікою можливість вийти на новий етап розвитку, активізуючи міжнародну торгівлю в умовах спрощення низки торговельних процедур на європейських ринках. Варто зауважити, що зарубіжні ринки відзначаються високим рівнем товарної насиченості, що породжує жорстку конкуренцію між продавцями. В умовах гіпердинамічних темпів науково-технічного прогресу саме перманентне впровадження інновацій є, без сумніву, одним із визначальних чинників здобуття та утримання конкурентних переваг на іноземних ринках. Важливою передумовою впровадження та комерціалізації інновацій на зовнішніх ринках є інноваційна ємність підприємства, яка комплексно характеризує не лише можливості та здатність суб’єкта господарювання до реалізації інноваційної діяльності, але й потребу та доцільність її здійснення. На сучасному етапі важливою проблемою залишається низький рівень використання інноваційної ємності підприємств через експорт результатів інноваційної діяльності. Однією із причин такої ситуації є відсутність науково обґрунтованих механізмів, котрі б наочно репрезентували взаємозв’язок між інноваційною ємністю бізнес-структури та експортною діяльністю, відображаючи цим передумови, рушії, переваги комерціалізації результатів інноваційної діяльності за кордоном для стимулювання вітчизняних підприємств до виходу на іноземні ринки.

Актуальність дослідження

Процеси глобалізації та інтеграції, що динамічно розвиваються у світовому просторі, формують нові умови для функціонування національних економік. Йдеться про об’єднання економічних систем різних держав світу, введення уніфікованих засад їхнього функціонування та співпраці, розширення горизонтів діяльності тощо. Одним із ключових об’єктів економічної глобалізації та інтеграції є торговельні операції бізнес-структур, котрі за таких умов набувають вираженого зовнішньоекономічного характеру. Саме завдяки динамічному розвитку міжнародної торгівлі чимало національних економік істотно зміцнило свої позиції та вийшло на нові етапи розвитку. Визначальним рушієм розвитку національної економіки є експортні операції, успішна

реалізація яких дає змогу суб'єктам господарювання не лише зміцнити фінансові позиції, але й здобути кращий іноземний досвід ведення господарської діяльності. Варто зауважити, що саме глобалізаційні та інтеграційні процеси істотно сприяють реалізації зовнішньоторговельних операцій, зокрема й експорту, формуючи уніфіковані рівні умови для ведення міжнародної торгівлі, знижуючи бар'єри для виходу на іноземні ринки, створюючи додаткові стимули, тощо. Розвинені країни світу тяжіють до технологічного експорту, тоді як в Україні й надалі значною мірою переважає сировинний експорт. За таких умов актуалізується проблема використання інноваційної ємності вітчизняних підприємств задля розвитку експортної діяльності через комерціалізацію результатів інноваційної діяльності на зарубіжних ринках.

Формулювання мети та завдань статті

Усе вищевикладене визначило мету дослідження як розроблення та обґрунтування комплексної моделі взаємозв'язків та взаємовпливів між інноваційною ємністю підприємства та експортом інноваційної продукції, котра відображатиме можливості започаткування та здійснення експортної діяльності за наявності певного рівня інноваційної ємності на підприємстві, а також переваги і вигоди реалізації експортних операцій для подальшого інноваційного розвитку суб'єкта господарювання та нарощення його інноваційної ємності.

Аналіз останніх досліджень та публікацій

У розвинених країнах світу, що характеризуються стабільною міцною економікою, частка валової доданої вартості середньо- та високотехнологічних секторів національного господарства перевищує половину сукупного обсягу валової доданої вартості переробної промисловості держави. Згідно з даними Світового банку в 2017 р. така частка була найвищою у Сінгапурі та становила 78 %. Наступні – Швейцарія із часткою 65 %, Корея – 63 %, Німеччина – 62 %, Японія та Угорщина – 57 %, Данія – 55 %, Ірландія – 54%, Швеція та Чехія – 52 %, Франція – 51 %, Словаччина та Бельгія – 50 %. Для порівняння, частка валової доданої вартості середньо- та високотехнологічних секторів національного господарства в Україні в аналізованому році становила лише 29 % у сумарному обсязі валової доданої вартості переробної промисловості держави. Також зауважимо, що порівняно із 2015 р. ця частка зменшилась майже на 2 %. Крім того, впродовж останніх років вона залишається практично незмінною, що свідчить про відсутність видимого розвитку інноваційної діяльності на теренах України [1].

Згідно з даними рейтингу Інновацій-2020 міжнародного Агентства Bloomberg, у першу десятку найінноваційніших країн світу увійшли відповідно Німеччина, Південна Корея, Сінгапур, Швейцарія, Швеція, Ізраїль, Фінляндія, Данія, США та Франція. А Україна опинилась на 56-му місці серед 60 досліджуваних держав, опустившись на три позиції порівняно із 2019 р. Варто зауважити, що рейтинг формується за низкою критеріїв, серед яких ключовими є витрати на дослідження і розвиток, створення доданої вартості, виробничі потужності, частка високотехнологічних організацій, частка інноваційно активного населення, активність патентної діяльності, якість вищої освіти. Найнижчі позиції (57-ме місце) Україна зайняла за параметрами витрат на дослідження і розвиток, технологічних можливостей виробництва та технологій, застосовуваних для створення доданої вартості. Проте порівняно високі місця держава утримує за параметрами частки інноваційно активного населення (35-та позиція) та активності патентної діяльності (36-та позиція), що вказує на наявність інноваційного потенціалу вітчизняних організацій [2].

Відповідно до Глобального індексу інновацій, у 2019 р. Україна посіла 36-те місце серед 126 країн, піднявшись на сім позицій. Цікаво, що, відповідно до даних вказаного рейтингу, в 2019 р. перша десятка країн-лідерів дещо відрізняється від рейтингу інновацій Агентства Bloomberg, зокрема її формують держави у такій послідовності: Швейцарія, Швеція, США, Нідерланди, Англія, Фінляндія, Данія, Сінгапур, Німеччина, Ізраїль [3].

Варто зауважити, що Глобальний індекс інновацій складається із низки критеріїв, за якими комплексно визначають рівень інноваційного розвитку держави. До таких критеріїв, зокрема, належать державні інституції, людські ресурси, інфраструктура, ринковий досвід, досвід ведення бізнесу, результати науково-технічної діяльності, результати креативної діяльності. У межах кожного критерію оцінюють конкретні предметні показники, які в сукупності формують узагальнене значення відповідного критерію. Потрібно зауважити, що ключовими проблемами, котрі уповільнюють інноваційний розвиток України, є політична нестабільність та неефективність політики держави щодо стимулювання інноваційної діяльності, низький рівень якості законодавства, що регулює інноваційну діяльність, та інструментів державного регулювання цієї сфери, несприятливість бізнес-середовища для ведення інноваційної діяльності тощо. За параметром державних інституцій у 2019 р. Україна посіла 96-те місце, тоді як зазначені вище країни-лідери Глобального індексу інновацій, окрім Ізраїлю, за цим параметром – в межах 10-го місця. Крім того, слабкими сторонами України для її інноваційного розвитку є екологічна нестабільність, державні механізми кредитування, інвестиційна політика країни тощо. На фоні виявлених проблем сильними сторонами інноваційного розвитку України є якість освітньої та науково-дослідницької діяльності, а також ефективність результатів науково-технічної та креативної діяльності. Це відповідно свідчить, що вітчизняні організації володіють інноваційним потенціалом, що є базою для нарощення інноваційної конкурентоспроможності України [3].

Якщо проаналізувати експорт інноваційної продукції, то за даними Глобального індексу інновацій у 2019 р. Україна посіла 53-тє місце щодо чистого експорту високотехнологічної продукції, 11-тє місце щодо експорту інформаційно-комунікаційних технологій та 82-тє місце щодо експорту креативних винаходів. Для прикладу, за параметрами експорту високотехнологічної продукції та креативних винаходів сусідня Польща у 2019 р. займала відповідно 25-тє та 12-тє місце, Німеччина – 14-тє та 26-тє місце, Франція – 10-тє та 32-тє місце. Такі відмінності між Україною та зазначеними державами, очевидно, свідчать про низький рівень розвитку експорту вітчизняної інноваційної продукції [3].

Одним із репрезентативних комплексних параметрів оцінювання в межах Глобального рейтингу конкурентоспроможності Всесвітнього Економічного Форуму є здатність до інновацій. Цей параметр діагностується за такими структурними критеріями, як взаємодія та урізноманітнення, дослідження та розвиток, комерціалізація. У 2019 р. за параметром здатності до інновацій Німеччина зайняла перше місце серед 141 країни у Глобальному рейтингу конкурентоспроможності Всесвітнього Економічного Форуму, тоді як за критерієм взаємодії та урізноманітнення лідирував Сінгапур, за критерієм дослідження та розвитку – Японія, а за критерієм комерціалізації – Люксембург. Своєю чергою, Україна відповідно до Глобального рейтингу конкурентоспроможності Всесвітнього Економічного Форуму, в 2019 р. за комплексним параметром здатності до інновацій Україна посіла 60-тє місце, тоді як за критерієм взаємодії та урізноманітнення зайняла 70-тє місце, за критерієм дослідження та розвитку – 59-тє місце, а за критерієм комерціалізації – 60-тє місце [4].

Європейське інноваційне табло репрезентує результати порівняльного аналізу інноваційної діяльності у країнах Європейського Союзу, інших європейських державах та їхніх країнах-сусідах. Воно надає оцінку сильним і слабким сторонам національних інноваційних систем та дає змогу країнам визначити сфери, які потребують удосконалення. За методологією цього табло усі національні інноваційні системи у послідовності спадання типологізовано на інноваційних лідерів, сильних інноваторів, середніх інноваторів та помірних інноваторів. За даними 2019 р. Європейського інноваційного табло Україну зараховано до категорії помірних інноваторів або інноваторів, що формуються. Згідно із оцінками Європейського інноваційного табло, у 2019 р. перевагами української інноваційної системи є людські ресурси, котрі володіють інноваційним потенціалом, а також висока частка працівників, зайнятих у науково-дослідних організаціях. А найслабшими сферами вітчизняної інноваційної системи виявились фінансування та підтримка інноваційних організацій, сприятливість інноваційного середовища та співпраця між інноваційними

організаціями. Аналізуючи експорт вітчизняної інноваційної продукції, зазначимо, що надання наукоємних послуг за межами країни великою мірою переважає експорт середньо- та високо-технологічної продукції [5].

Підсумовуючи усе вищевикладене, можна дійти до висновку, що вітчизняні підприємства володіють не лише інноваційним потенціалом у вигляді людських ресурсів та зокрема їхніх інтелектуальних та креативних знань, умінь, здібностей і навичок, але й інноваційною ємністю, що виражається у їхній готовності, спроможності, доцільності та потребі ведення інноваційної діяльності для подальшого прогресивного розвитку. Адже впровадження та комерціалізація інновацій зовнішніх ринках дають змогу бізнес-структурам здобути вагомі конкурентні переваги, не лише підвищуючи власні конкурентні позиції, але й зміцнюючи конкурентоспроможність держави. На етапі європейської інтеграції України експорт є одним із найперспективніших напрямів для розвитку підприємств, адже європейські ринки стають все доступнішими для вітчизняного бізнесу в умовах зменшення або ліквідації тарифних і нетарифних обмежень.

Відповідно до схваленої Експортної стратегії України на 2017–2021 рр. успіх інтеграції держави до Європейського Союзу та її економічний розвиток значною мірою залежать від результативності інноваційної діяльності, зокрема й за рахунок експорту. Ключовою метою цієї Стратегії є забезпечення диверсифікації експортної діяльності на засадах переходу до експорту інноваційної наукоємної продукції, адже в Україні значною мірою переважає сировинний експорт. У документі вказано на наявність значного невикористаного науково-технічного потенціалу у вітчизняних організаціях, що вимагає запровадження дієвих заходів на різних рівнях із метою прискорення інноваційного розвитку України. Серед таких заходів визначено залучення прямих іноземних інвестицій, формування, розвиток та підтримання інноваційної інфраструктури, запровадження на різних рівнях механізмів заохочення та стимулювання інноваційної діяльності, вивчення кращих зарубіжних практик у сфері інновацій та активізування інноваційної співпраці з іноземними організаціями. Також у Стратегії визначено найперспективніші сектори економіки з позиції просування їхньої продукції на зарубіжні ринки. Зокрема, до таких секторів зараховано: інформаційно-комунікаційні технології, креативні сфери, технічне обслуговування та ремонт повітряних суден, машинобудування та харчову і переробну промисловість [6].

Важлива роль експорту інноваційної продукції для бізнес-сектору країни підтверджується також наявністю практично у всіх розглянутих вище рейтингах показників, що характеризують експорт інноваційної продукції. Як свідчать наведені вище результати дослідження, експорт інноваційної продукції в Україні перебуває на етапі становлення та потребує не лише активізації вітчизняних організацій у цьому напрямі, але й зовнішнього сприяння з боку державних та місцевих органів влади, інвесторів, міжнародних організацій та інших зацікавлених суб'єктів. Варто зауважити, що вагомим рушієм для експорту вітчизняної інноваційної продукції стала Поглиблена та всеохоплююча зона вільної торгівлі між Україною та Європейським Союзом, котра запровадила низку спрощень та заохочень для вітчизняних підприємств у разі виходу на європейські ринки. Однак одними із ключових проблем, що перешкоджають динамічному розвитку експорту інноваційної продукції, є низький рівень ефективності державного регулювання цієї сфери, відсутність якісних механізмів стимулювання і підтримки експортерів інноваційної продукції, низький рівень обізнаності підприємців про можливості у цій сфері тощо.

Поряд із перевагами експорту інноваційної продукції сьогодні у дослідженнях іноземних науковців дедалі частіше наголошують на позитивному зворотному впливі експортної діяльності на нарощення інноваційної ємності підприємства. Зокрема, йдеться про механізм навчання за рахунок експорту ("learning by exporting"). Функціонування на іноземному ринку, співпраця із зарубіжними споживачами, моніторинг за діяльністю конкурентів та перманентне нагромадження підприємницького досвіду можуть бути цінним джерелом інноваційних знань і практик та стимулювати впровадження нових технологічних рішень. Навчання через експорт не є пасивним процесом, котрий автоматично реалізується під час ведення експортної діяльності. Щоб отримати позитивні

результати, необхідна активна взаємодія із іншими суб'єктами іноземних ринків. Особливо вагоме значення механізм навчання за рахунок експорту має для країн, котрі розвиваються, оскільки дає підприємствам можливість здобути нові технологічні знання та досвід і в такий спосіб підвищити власні інноваційні можливості [7–10]. На сучасному етапі Україна належить до інноваторів, що формуються із помірними темпами розвитку, тому суб'єкти інноваційної діяльності потребують нарощення інноваційної ємності [5]. Як свідчить практика, для країн із низьким та навіть середнім рівнем розвитку вирішення цього завдання уможливується за рахунок пошуку та здобуття інноваційного досвіду на іноземних ринках завдяки співпраці із різноманітним суб'єктами. Проте лише пошук кращих інноваційних знань та практик не є достатнім чинником для нарощення інноваційної ємності. У цьому контексті важливим завданням є поєднання процесів дослідження та використання здобутого інноваційного досвіду із забезпеченням науково-технічної активності підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження

Результати аналізування літературних джерел та практичних матеріалів дають підстави стверджувати про існування циркулярного механізму взаємозв'язків між інноваційною ємністю та експортом результатів інноваційної продукції підприємства, котрий полягає у тому, що в умовах глобалізації та інтеграції достатній рівень інноваційної ємності спонукає підприємство до впровадження і комерціалізації результатів інноваційної діяльності на іноземних ринках шляхом забезпечення можливості здобуття додаткових конкурентних переваг, тоді як успішна реалізація експортної діяльності через налагодження ефективної співпраці із учасниками зарубіжних ринків відкриває можливості для подальшого нарощення інноваційної ємності на засадах здобуття та використання зовнішнього інноваційного досвіду. Окреслений механізм відображено у циркулярній моделі взаємозв'язку інноваційної ємності підприємства та експорту результатів його інноваційної діяльності на поданому нижче рисунку.

За результатами висвітлених вище досліджень встановлено, що чимало вітчизняних суб'єктів господарювання володіють інноваційною ємністю, однак на сучасному етапі експорт результатів їхньої інноваційної діяльності залишається на низькому рівні. Причинами такої ситуації можуть бути орієнтація підприємства лише на внутрішній ринок та відсутність досвіду експортної діяльності, низький рівень інноваційної діяльності або її цілковита відсутність в умовах часткового використання або невикористання інноваційної ємності відповідно, відсутність зовнішніх стимулів для виходу на зовнішні ринки, необізнаність керівництва щодо можливостей та переваг комерціалізації результатів інноваційної діяльності за кордоном тощо. З огляду на вищевикладене запропонована на рисунку модель відображає вплив ключових чинників на процес започаткування інноваційної діяльності на підприємстві.

Важливим чинником впливу на прийняття рішення про впровадження інновацій на підприємстві є діяльність зовнішніх стейкхолдерів щодо стимулювання інноваційних процесів. Насамперед, йдеться про державні та місцеві органи влади. Як свідчить європейська практика [11], значна частина експортерів результатів їхньої інноваційної діяльності користується фінансовими та стимулювальними інструментами державної підтримки для виходу на іноземні ринки. Однак ключовим чинником успіху комерціалізації результатів інноваційної діяльності за кордоном для інноваційних підприємств із розвинених країн є власна інноваційна активність. Варто зазначити, що для великої частини суб'єктів господарювання країн, які розвиваються, підтримка державних та місцевих органів влади все ще має істотне значення з огляду на їх неспроможність самостійно започаткувати інноваційну діяльність та вивести за кордон її результати.

Як зазначено в Експортній стратегії України на 2017–2021 рр., умови у державі не спонукають та не стимулюють вітчизняний бізнес до впровадження та розвитку інноваційної діяльності. Це відповідно призвело до ситуації, за якої експорт сировини істотно переважає продаж інноваційної продукції за кордоном, а інноваційна ємність у багатьох підприємств залишається

невикористаною. У межах Експортної стратегії визначено такі ключові завдання та заходи для підвищення рівня якості послуг із підтримки торгівлі інноваційною продукцією на закордонних ринках [6]:

- побудова та розвиток комплексної системи інституцій для стимулювання інноваційної діяльності, в яку повинні входити не лише державні органи влади, але й представники науково-дослідницьких організацій, ринкових суб'єктів; формування умов для створення та розвитку інноваційних центрів та секторальних кластерів для підтримки стартапів; проведення інформаційно-роз'яснювальної роботи серед бізнес-структур щодо наявних та запланованих інструментів підтримки інноваційної діяльності; стимулювання участі вітчизняних суб'єктів господарювання у міжнародних програмах для обміну інноваційним досвідом з країнами ЄС тощо;

- підвищення рівня інноваційного потенціалу вітчизняних суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності через аналізування діяльності інноваційних підприємств та надання підтримки найперспективнішим з них; інформування бізнес-сектору про можливості реалізації інноваційного потенціалу; гармонізації вітчизняних стандартів у сфері інновацій із європейськими нормами та практиками тощо;

- покращення нормативно-правових та економічних умов для експорту інновацій результатів інноваційної діяльності вітчизняних підприємств через розвиток електронної комерції; визначення найперспективніших країн для експорту вітчизняних інновацій та інформування бізнес-сектору про ідентифіковані можливості; посилення торговельного захисту національних товаровиробників на зарубіжних ринках; покращення роботи міжурядових органів із позиції зміцнення захисту національних інтересів на міжнародних ринках; створення сприятливих митних умов для здійснення експорту інноваційної продукції вітчизняних підприємств на засадах спрощення торговельних процедур; розвиток логістичної та транспортної інфраструктури міжнародної торгівлі; лібералізацію валютного контролю; розвиток міжнародної співпраці зі світовими та європейськими торговельними об'єднаннями та організаціями тощо;

- удосконалення механізму координації діяльності організації із підтримки торговельних операцій бізнес-структур зі створенням спеціалізованих робочих груп та інституцій із питань сприяння та просування міжнародної торгівлі при органах державної влади; формування мережі профільних організацій із підтримки міжнародних торговельних операцій; створення об'єднань бізнес-структур для активізації їхньої зовнішньоторговельної діяльності; розроблення інформаційних електронних порталів для оперативного інформування суб'єктів господарювання про засади ведення міжнародної торгівлі тощо;

- покращення механізму координації та взаємодії спеціалізованих організацій, які надають послуги із підтримки та просування експортної діяльності вітчизняних суб'єктів господарювання шляхом активізації участі у торговельних місіях у перспективних для України державах з торговельної позиції, стимулювання до участі вітчизняного бізнес-сектору в міжнародних торговельних виставках та ярмарках; сприяння налагодженню ділових контактів українських експортерів із іноземними контрагентами; активізування роботи незалежних консультантів вітчизняного бізнесу із питань міжнародної торгівлі; стимулювання створення приватних організацій, котрі надаватимуть послуги вітчизняному бізнес-сектору в сфері міжнародної торгівлі; просування вітчизняного бренда на закордонних ринках; інформування суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності про умови входу та функціонування на зовнішніх ринках; надання фінансової підтримки вітчизняним експортерам; сприяння залученню внутрішніх та іноземних інвестицій для реалізації експортних операцій; активізування роботи у сфері укладання та виконання міжнародних торговельних угод тощо;

- стимулювання підприємницької діяльності у малому та середньому бізнес-секторах, а також у молодого покоління населення на засадах проведення інформаційно-роз'яснювальних заходів у закладах вищої освіти та серед представників бізнес-сектору; удосконалення навчальних програм освітніх установ у напрямі посилення підприємницьких компонентів; формування та розвиток бізнес-інкубаторів та бізнес-акселераторів із підтримки експортноорієнтованих підприємств;

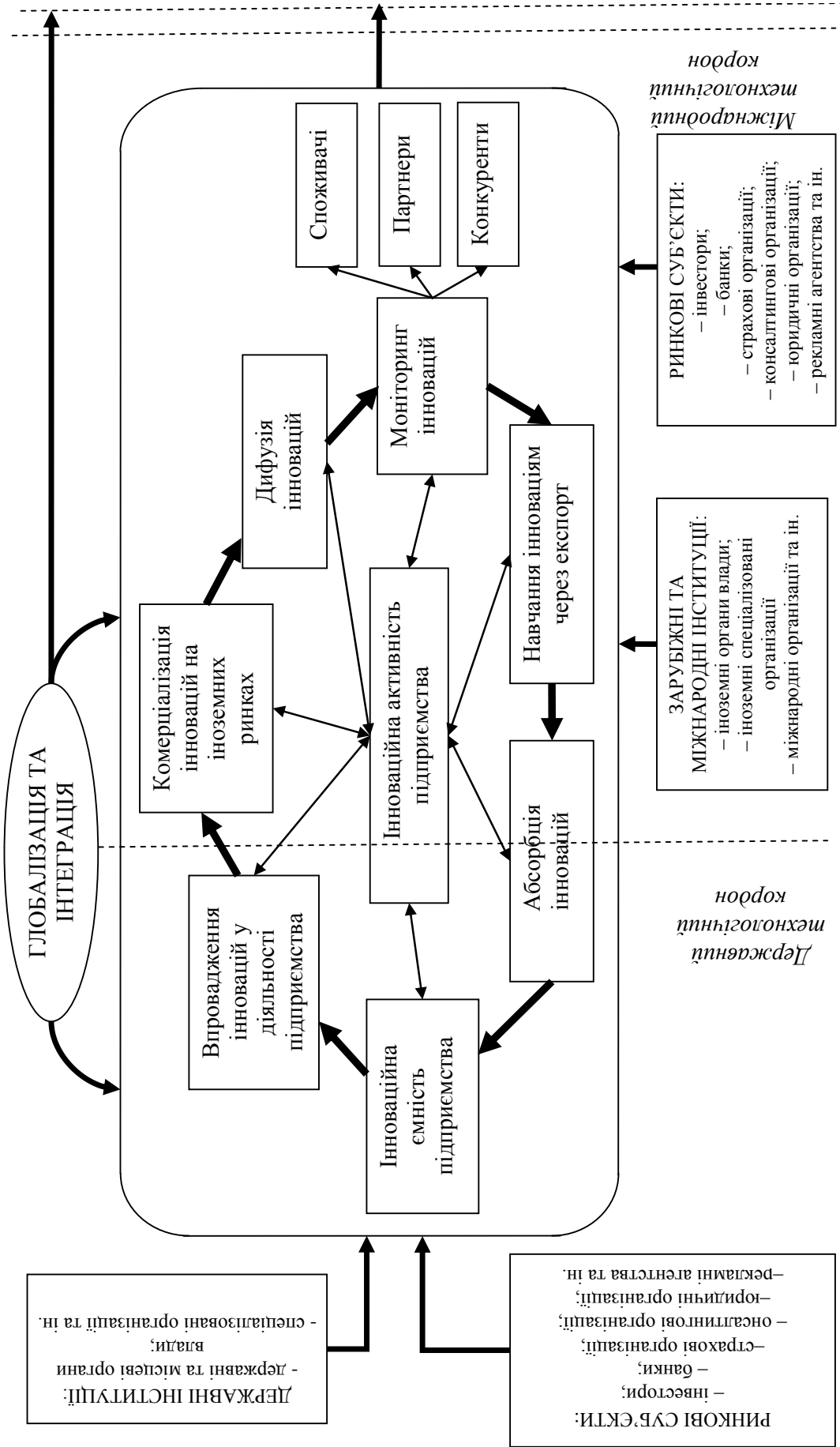


Рис. Циркулярна модель взаємозв'язку інноваційної ємності підприємства та експорту результатів його інноваційної діяльності
Примітка: розробка автора

– поліпшення якості управління на вітчизняних підприємствах через стимулювання керівництва бізнес-структур до активізації запровадження навчальних програм для працівників; інформування керівної ланки про іноземні освітні програми; впровадження комплексних систем менеджменту в діяльності вітчизняних суб'єктів господарювання тощо;

– приведення у відповідність державних механізмів освіти із потребами ринку та бізнесу за допомогою розвитку співпраці між навчально-науковими закладами та підприємствами; підвищення рівня мобільності трудових ресурсів; організування навчальних заходів для працівників перспективних секторів економіки.

Проаналізувавши наведені вище заходи щодо стимулювання та підтримки експорту вітчизняної інноваційної продукції, котрі задекларовані у Експортній стратегії України на 2017–2021 рр., зазначимо, що більшість із них не відображають реальних важелів, оскільки ключовою проблемою українських підприємств із інноваційною ємністю є відсутність достатніх фінансових ресурсів. Для прикладу, в сусідній Польщі базові інструменти державної підтримки інноваційно активних експортерів ґрунтуються на фінансовій допомозі. Зокрема, у Польщі застосовують чотири фінансові інструменти та 14 інструментів просування. Серед фінансових інструментів знайшли місце надання експортних гарантій та страхування експорту інноваційної продукції визначеною страховою корпорацією, реалізація експорту в межах державної допомоги для країн, які розвиваються, фінансова підтримка під час виплати відсотків за експортними кредитами, а також надання експортних кредитів. А до інструментів просування експорту інноваційних підприємств у Польщі належать: дофінансування участі у міжнародних виставках та ярмарках, у торгових місіях, підтримка експорту малого і середнього бізнесу, просування товарних брендів малого і середнього бізнесу, підтримка міжнародної діяльності кластерів, дофінансування витрат отримання міжнародного сертифіката якості на виріб, а також витрат реалізації секторальних проєктів просування, інформаційно-роз'яснювальна робота дипломатичних та торговельних інституцій щодо підтримки експорту інновацій, участь у міжнародних програмах просування експорту, робота регіональних центрів розвитку та підтримки експорту, функціонування веб-порталу просування експорту, дофінансування витрат на видання літератури з питань підтримки експорту, а також витрат на організування експортних семінарів, конференцій, виставок, запровадження конкурсів для експортерів та вручення спеціальних нагород [11]. Як бачимо, значна частина державних заходів щодо підтримки та просування експорту у Польщі має чіткий та фінансовий характер, що реально стимулює підприємців до експорту результатів їхньої інноваційної продукції. Хоча Польща на сучасному етапі й не належить до світових лідерів за експортом інноваційної продукції, однак простежується її прогресивний розвиток у цій сфері, вона істотно випереджає Україну. Отже, державним органам влади рекомендовано переглянути використовувані заходи із підтримки та просування експорту інновацій вітчизняних підприємств у напрямі розвитку фінансової компоненти. Це дасть змогу підвищити дієвість таких інструментів та забезпечити реальне стимулювання вітчизняних бізнес-структур до використання їхньої інноваційної ємності на іноземних ринках. Крім того, необхідно посилити інформаційно-роз'яснювальну роботу щодо масового повідомлення потенційних та наявних експортерів інноваційної продукції про реальні державні та ринкові механізми підтримки у цій сфері. Такі завдання мають бути покладені на спеціально визначені організації з питань просування експорту результатів інноваційної діяльності підприємств.

Не менш важливим стейкхолдером у моделі взаємозв'язку інноваційної ємності підприємства та експорту результатів його інноваційної діяльності є інвестори. На сучасному етапі значна частина вітчизняних підприємств перебуває у нестабільному фінансовому стані, що відображає дефіцит фінансових ресурсів для впровадження інновацій у діяльності суб'єктів господарювання. Саме залучення інвестиційних коштів може стати реальним стимулом до використання інноваційної ємності вітчизняних підприємств та подальшої комерціалізації інновацій на зарубіжних ринках.

Одну із ключових ролей у активізації експорту результатів інноваційної діяльності підприємств на міжнародних ринках відіграють також інші ринкові суб'єкти. Йдеться, насамперед, про фінансово-кредитні та страхові установи та їхні пропозиції для експортерів інноваційної продукції. На засадах вивчення зарубіжної практики встановлено, що роль визначених банків у стимулюванні експорту інноваційних підприємств може полягати у наданні широкого спектра банківських послуг, пов'язаних із наданням пільгових кредитів на фінансування експортних операцій, відкриттям багатовалютних рахунків, пропонуванням преференційних курсів обміну валют та інструментів фінансування міжнародної торгівлі (акредитив, інкасо та банківська гарантія) тощо [11].

Щодо страхових компаній, то їхнє призначення може відобразитись через зниження ризиків експортних операцій за допомогою їх страхування з відтермінуванням страхових виплат, розширення можливостей страхових полісів із охопленням більшої кількості закордонних ринків, підвищення рівня безпеки, охоплення страхування відповідальності за інноваційний продукт, а також страхування товару під час його транспортування [11].

До ринкових суб'єктів підтримки експортерів інноваційної продукції належать також юридичні організації. Значна частина національних товаровиробників, котрі вперше планують вийти на зарубіжні ринки із інноваційною продукцією, потребують фахових юридичних консультацій. А тому доцільно також сформувати мережу юридичних контор, котрі надаватимуть послуги для експортерів інноваційної продукції, безкоштовно або за зниженими ставками. Те саме стосується і рекламних агентств, адже успіх продажу інноваційної продукції на іноземних ринках істотно залежить від ефективності її просування, зокрема й за допомогою реклами.

Варто зауважити, що усі зазначені вище стейкхолдери повинні функціонувати злагоджено як єдина команда, ставлячи спільні цілі, пов'язані із підтримкою та сприянням розвитку експорту результатів інноваційної діяльності вітчизняних підприємств. Їхню діяльність повинні координувати державні й місцеві органи влади, зокрема й надавати фінансову підтримку. Своєю чергою, експортери інноваційної продукції повинні бути максимально поінформовані про роботу таких організацій, установ та інституцій задля максимального використання реальних можливостей підтримки та преференційних умов.

Окрім впливу стейкхолдерів на рішення керівництва підприємства щодо використання інноваційної ємності та запровадження інноваційної діяльності, а надалі й комерціалізацію її результатів на зарубіжних ринках, варто наголосити і на впливі глобалізаційних та інтеграційних процесів, котрі зумовлюють лібералізацію міжнародної торгівлі та створюють сприятливі умови для її здійснення через зменшення або скасування тарифних і нетарифних бар'єрів зовнішньоекономічної діяльності. За таких обставин зовнішні ринки стають все привабливішими для бізнес-структур, пропонуючи перспективні можливості нарощення прибутковості та здобуття кращого підприємницького досвіду. Водночас міжнародні ринки характеризуються жорсткою конкуренцією, що формує вищі вимоги до національних товаровиробників під час виготовлення продукції, яка повинна не лише відповідати вимогам споживачів, але й вирізнятись конкурентними перевагами. Саме інноваційна ємність є дієвим рушієм виходу та подальшого успішного функціонування підприємницьких структур на зарубіжних ринках, оскільки за умов її ефективного використання можна виготовити інноваційну продукцію, котра буде конкурентоспроможна за кордоном.

Після прийняття рішення підприємством про вихід із результатами інноваційної продукції на іноземні ринки відбувається її комерціалізація. Як зазначає Р. С. Косцик, комерціалізація інноваційної продукції – це процес виведення інновацій на ринок задля одержання економічної вигоди [12]. Комерціалізація результатів інноваційної діяльності підприємства супроводжується процесом їхньої дифузії, тобто розповсюдження комунікаційними каналами серед потенційних споживачів [13]. Варто зауважити, що на процеси комерціалізації та відповідно дифузії результатів інноваційної діяльності підприємства впливають глобалізаційні та інтеграційні процеси, а також стейкхолдери зарубіжних ринків, котрі сприяють реалізації експортних операцій. Йдеться про органи влади іноземних держав, які через лояльну державну політику забезпечують сприятливі

умови для функціонування підприємств-нерезидентів; міжнародні організації; фонди підтримки експортерів країн, що розвиваються; іноземних інвесторів; банківські, страхові, рекламні установи; спеціалізовані організації тощо.

Зазначимо, що в процесі дифузії результатів інноваційної діяльності підприємства відбувається двосторонній обмін. Так, бізнес-структури поширюють серед потенційних клієнтів інформацію про інновацію, тоді як споживачі теж передають до підприємства відомості про свої потреби, побажання та вимоги до продукції. В такий спосіб суб'єкт господарювання може дізнатись про нові властивості продукції, на основі яких завдяки науково-технічній діяльності відповідно може створити інновацію. Йдеться не лише про створення нової продукції, але й про її істотне удосконалення чи поліпшення. Треба наголосити, що таке поглинання підприємством нових знань може відбуватись лише на основі інноваційної активності підприємства, яка проявляється у мобілізації дослідницьких зусиль суб'єкта господарювання на пошук можливостей нарощення інноваційної ємності. Інноваційна активність підприємства ґрунтується на уміннях використання та нарощення інноваційної ємності через реалізацію науково-технічних операцій, створення або придбання нової техніки та обладнання, навчання працівників, упровадження якісних організаційних та маркетингових змін, спрямованих на сприяння інноваційній діяльності суб'єкта господарювання [7].

Окрім споживачів, експортер під час комерціалізації інноваційної продукції співпрацює із різними контрагентами, котрі теж опосередковано можуть бути носіями інноваційних ідей. Функціонування на іноземних ринках дає змогу суб'єкту господарювання відстежити діяльність конкурентів, їхні стандарти і принципи роботи, особливості виготовлення та збуту продукції, її властивості та параметри. Такий моніторинг відкриває підприємству цінне джерело інформації, в якому можуть бути приховані інноваційні ідеї.

Описані вище процеси відображають механізм навчання за допомогою експортної діяльності. Однак необхідно ще раз зауважити, що таке навчання бізнес-структури відбуватиметься лише за умови її інноваційної активності. Як видно з поданої на рисунку моделі, результатом навчання через експорт є абсорбція, або поглинання підприємством інноваційних ідей, що відповідно підвищує рівень інноваційної ємності суб'єкта господарювання.

Варто також зауважити, що під впливом глобалізаційних та інтеграційних процесів, що спонукають національних товаровиробників до експорту результатів їхньої інноваційної діяльності, який супроводжується їх дифузиею між споживачами іноземних ринків, а надалі й до навчання інноваціям через експорт та їхньому поглинанню для нарощення інноваційної ємності, відбувається зміщення та розширення міжнародного технологічного кордону. Йдеться про те, що вихід нових представників країн із інноваційною продукцією на закордонні ринки поступово розширює межі міжнародного технологічного кордону.

Висновки

У сучасних умовах глобалізації та євроінтеграції, необхідності розвитку інноваційної економіки та активізації експортної діяльності саме інноваційна ємність є одним із ключових рушіїв диверсифікації експорту в бік наукоємної продукції. Адже важливою передумовою започаткування та розвитку експортної діяльності є не лише наявність достатнього інноваційного потенціалу, але також і готовність, потреба та доцільність впровадження й комерціалізації інноваційної продукції на зовнішніх ринках. Саме інноваційна ємність є тим комплексним показником, котрий охоплює усі внутрішні та зовнішні чинники, що відображають спроможність суб'єкта господарювання провадити інноваційну діяльність у певних реальних умовах.

Використання інноваційної ємності вітчизняними підприємствами у формі впровадження та комерціалізації інновацій на іноземних ринках забезпечуватиме розвиток українського технологічного експорту. Це відповідно дасть змогу забезпечити прогресивний розвиток вітчизняного підприємницького та державного секторів, вихід національної економіки на новий якісний етап

розвитку у структурі європейської економіки, успішне приєднання України до європейської спільноти, а також наростити інноваційну конкурентоспроможність держави. Водночас інноваційна активність вітчизняних підприємств на іноземних ринках на засадах моніторингу діяльності ключових ринкових суб'єктів (споживачів, конкурентів, партнерів) сприяє навчанню бізнес-структури через здобуття і поглинання інноваційних ідей та досвіду. Все вищевикладене формує замкнений циклічний процес, котрий ґрунтується на таких ключових постулатах:

- під впливом інтеграційних та глобалізаційних процесів, а також функціонування цілісної мережі стейкхолдерів інноваційна ємність підприємства стає дієвим рушієм впровадження та комерціалізації результатів його інноваційної діяльності на зарубіжних ринках;
- у процесі комерціалізації результатів інноваційної діяльності підприємства відбувається їх дифузія між потенційними споживачами;
- завдяки інноваційній активності підприємство під час комерціалізації результатів його інноваційної діяльності здійснює моніторинг за споживачами, контрагентами, конкурентами, котрі можуть бути носіями майбутніх інноваційних ідей, і у такий спосіб реалізується механізм навчання через експорт;
- результатом навчання підприємства через експорт може бути абсорбція інноваційних ідей, котрі підвищують рівень його інноваційної ємності.

Перспективи подальших досліджень

Перспективи подальших досліджень – обґрунтування та розвиток державних механізмів регулювання експортної діяльності підприємств, які володіють інноваційною ємністю, з метою їхньої підтримки, просування та стимулювання до нарощення обсягів технологічного експорту.

Список літератури

1. The World Bank Open Data (2017). “Medium and High-Tech Industry. United Nations Industrial Development Organization (UNIDO), Competitive Industrial Performance (CIP) database”. URL: https://data.worldbank.org/indicator/NV.MNF.TECH.ZS.UN?locations=UA-TO&most_recent_year_desc=false (accessed at 15 February 2020).
2. Bloomberg (2019). “Bloomberg Innovation Index.Germany Breaks Korea’s Six-Year Streak as Most Innovative Nation”. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2020-01-18/germany-breaks-korea-s-six-year-streak-as-most-innovative-nation> (accessed at 18 March 2020).
3. The Global Innovation Index (2019). “Report: The Global Innovation Index Rankings 2019”. URL: <https://www.globalinnovationindex.org/gii-2019-report#> (accessed at 3 March 2020).
4. The World Economic Forum (2019). “The Global Competitiveness Report 2019”. URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf (accessed at 22 February 2020).
5. The European Commission (2019). “The European innovation scoreboard 2019”. URL: https://ec.europa.eu/growth/industry/policy/innovation/scoreboards_en (accessed at 7 March 2020).
6. Кабінет Міністрів України (2017). Розпорядження про схвалення Експортної стратегії України на 2017–2021 рр. від 27 грудня 2017 р.. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1017-2017-%D1%80> (станом на 10 лютого 2020 р.).
7. Mińska-Struzik Ewa (2014). *Od eksportu do innowacji. Uczenie się przez eksport*, Warszawa, Difin SA.
8. Salomon R. and Shaver J. M. (2005). „Learning by Exporting: New Insights from Examining Firm Innovation”, *Journal of Economics and Management Strategy*, 14(2), 431–460.
9. Blalock G. and Getler P. (2004). „Learning from exporting revisited in a less developed country”, *Journal of Development Economics*, 75, 397–416.
10. Aw B. Y., Roberts M. J. and Winston T. (2007). „The complementary role of exports and R&D investments as Sources of Productivity Growth”, *The World Economics*, 30(1), 83–104.
11. Polski Instytut Ekonomiczny (2019). *Liderzy rewolucji technologicznej w polskim eksporcie*, Warszawa, Polski Instytut Ekonomiczny.
12. Косцик Р. С. Комерціалізація інноваційної продукції: сутність, значення та принципи здійснення // Вісник Національного університету “Львівська політехніка”, Серія: “Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку”. – 2012, № 727. – С. 320–328.

13. Ванькович Л. Я. Сутність поняття “дифузія результатів інноваційної діяльності підприємства // Вісник Національного університету “Львівська політехніка”, Серія: “Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку”. – 2016, № 851. – С. 134–139.

References

1. The World Bank Open Data (2017), “Medium and High-Tech Industry. United Nations Industrial Development Organization (UNIDO), Competitive Industrial Performance (CIP) database”, available at: https://data.worldbank.org/indicator/NV.MNF.TECH.ZS.UN?locations=UA-TO&most_recent_year_desc=false (accessed at 15 February 2020).
2. Bloomberg (2019), “Bloomberg Innovation Index.Germany Breaks Korea’s Six-Year Streak as Most Innovative Nation”, available at: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2020-01-18/germany-breaks-korea-s-six-year-streak-as-most-innovative-nation> (accessed at 18 March 2020).
3. The Global Innovation Index (2019), “Report: The Global Innovation Index Rankings 2019”, available at: <https://www.globalinnovationindex.org/gii-2019-report#> (accessed at 3 March 2020).
4. The World Economic Forum (2019), “The Global Competitiveness Report 2019”, available at: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf (accessed at 22 February 2020).
5. The European Commission (2019), “The European innovation scoreboard 2019”, available at: https://ec.europa.eu/growth/industry/policy/innovation/scoreboards_en (accessed at 7 March 2020).
6. Kabinet Ministriv Ukrainy (2017), *Rozporiadzhennia pro skhvalennia Eksportnoi stratehii Ukrainy na 2017–2021 rr. vid 27 hrudnia 2017 r. [Decree on approval of the Ukrainian Export Strategy for 2017–2021 of December 27, 2017]*, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1017-2017-%D1%80> (accessed at 10 February 2020).
7. Mińska-Struzik Ewa (2014), *Od eksportu do innowacji. Uczenie się przez eksport*, Warszawa, Difin SA.
8. Salomon R. and Shaver J. M. (2005), „Learning by Exporting: New Insights from Examining Firm Innovation”, *Journal of Economics and Management Strategy*, 14(2), 431–460.
9. Blalock G. And Getler, P. (2004), „Learning from exporting revisited in a less developed country”, *Journal of Development Economics*, 75, 397–416.
10. Aw B. Y., Roberts M. J. and Winston T. (2007), „The complementary role of exports and R&D investments as Sources of Productivity Growth”, *The World Economics*, 30(1), 83–104.
11. Polski Instytut Ekonomiczny (2019), *Liderzy rewolucji technologicznej w polskim eksporcie*, Warszawa, Polski Instytut Ekonomiczny.
12. Kostysk R. S. (2012), *Komertszializatsiia innovatsiinoi produktsii: sutnist, znachennia ta pryntsyipy zdiisnennia [Commercialization of innovative products: essence, values and principles of implementation]. Visnyk Natsionalnoho universytetu “Lvivska politekhnikha”, Serii: “Menedzhment ta pidpriemnytstvo v Ukraini: etapy stanovlennia ta problemy rozvytku” [Bulletin of the Lviv Polytechnic National University, Series: “Management and Entrepreneurship in Ukraine: Stages of Formation and Development Problems”]*, 727, 320–328.
13. Vankovych L. Ya. (2016). *Sutnist poniattia “dyfuziia rezultativ innovatsiinoi diialnosti pidpriemstva” [The essence of the concept of “diffusion of results of enterprise innovation activity”]. Visnyk Natsionalnoho universytetu “Lvivska politekhnikha”, Serii: “Menedzhment ta pidpriemnytstvo v Ukraini: etapy stanovlennia ta problemy rozvytku” [Bulletin of the Lviv Polytechnic National University, Series: “Management and Entrepreneurship in Ukraine: Stages of Formation and Development Problems”]*, 851, 134–139.

O. Yu. Zhyhalo

Lviv Polytechnic National University

CIRCULAR MODEL OF INTERACTION OF ENTERPRISE INNOVATION CAPACITY AND EXPORTS

© Zhyhalo O. Yu., 2020

In the current conditions of globalization and European integration, the need for the development of innovative economy and activation of export activity, innovation capacity is one of the key drivers of export diversification towards science-intensive products. An important prerequisite for starting and developing export activity is not only the availability of sufficient innovation potential, but

also the willingness, need and feasibility of introducing and commercializing innovative products in foreign markets. The innovation capacity is a comprehensive indicator that covers all internal and external factors that reflect an entity's ability to innovate under certain existing conditions.

The use of innovative capacity by domestic enterprises in the form of introduction and commercialization of innovations in foreign markets will ensure the development of Ukrainian technological exports. At the same time, innovative activity of domestic enterprises in foreign markets on the basis of monitoring the activities of key market entities (consumers, competitors, partners) leads to the learning of business structure through the acquisition and absorption of innovative ideas and experience.

All of the above mentioned forms a closed cyclical process, which is based on the following key tenets: under the influence of integration and globalization processes, as well as the functioning of an integrated network of stakeholders, the innovative capacity of the enterprise is an effective driver for the implementation and commercialization of the results of its innovative activity at the foreign markets; during the commercialization of the results of innovative activity of the enterprise, their diffusion between potential consumers occurs; due to innovation activity during the commercialization of the results of innovative activity, the enterprise monitors consumers, counterparties, competitors, who may be carriers of future innovative ideas, and thus the export-learning mechanism is implemented; the result of learning by exporting can be the absorption of innovative ideas by the enterprise that increase the level of its innovation capacity.

Key words: innovation capacity; innovations; exports; stakeholders; diffusion; monitoring; learning by export; absorption; enterprise.