

МИРОЩЕНКОНаталія Юрійівна
Munatalya@gmail.comк.е.н., асистент, Національний
університет "Львівська
політехніка"**СИМАК**Анастасія Валеріївна
asimak@ukr.netк.е.н., доцент, Національний
університет "Львівська політехніка"**ЗАРИЦЬКА**Оксана Леонідівна
oksana1684@i.uaк.е.н., доцент, Національний
університет "Львівська політехніка"

УДК 330.341.1

КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ПРОДУКЦІЇ: СВІТОВИЙ ТА ВІТЧИЗНЯНИЙ ДОСВІД**COMMERCIALIZATION OF INNOVATIVE PRODUCTS: INTERNATIONAL AND NATIONAL EXPERIENCE**DOI: [https://doi.org/10.37634/efp.2020.11\(3\).5](https://doi.org/10.37634/efp.2020.11(3).5)*MYROSHCHENKO Nataliia Yuriivna – PhD in Economics, Assistant, National University "Lviv Polytechnic"**SYMAK Anastasiia Valeriivna – PhD in Economics, Associate Professor, National University "Lviv Polytechnic"**ZARYTSKA Oksana Leonidivna – PhD in Economics, Associate Professor, National University "Lviv Polytechnic"*

У статті розглянуто світовий досвід комерціалізації інноваційної продукції промислових підприємств у контексті азійської, американської та європейської моделей інноваційного розвитку. Результати виконаних досліджень дали змогу стверджувати, що істотних відмінностей між ними немає. Зокрема, у США, Європі та Азії ключову роль у розробленні та впровадженні інноваційної продукції відіграють транснаціональні компанії, які доволі часто створюють у своїх структурах із цією метою венчурні компанії. Розглянуто вітчизняний досвід комерціалізації інноваційної продукції. Виокремлено ключові причини низького рівня комерціалізації інноваційної продукції вітчизняними підприємствами.

* * *

В статье рассмотрен мировой опыт коммерциализации инновационной продукции промышленных предприятий в контексте азиатской, американской и европейской моделей инновационного развития. Результаты выполненных исследований дали возможность утверждать, что существенных отличий между ними нет. В частности в США, Европе и Азии ключевую роль в разработке и внедрении инновационной продукции имеют транснациональные компании, которые достаточно часто создают в своих структурах с этой целью венчурные компании. Рассмотрен отечественный опыт коммерциализации инновационной продукции. Выделены ключевые причины низкого уровня коммерциализации инновационной продукции отечественными предприятиями.

* * *

Introduction. In modern highly competitive, dynamic and unstable conditions enterprises are able to function successfully in the marketplace and occupy leadership positions in large part due to developing, implementation and realisation of innovations. A high level of an innovative activity of enterprises creates preconditions for forming new competitive benefits, an increase of investment attractiveness, broadens possibilities of passage to new marketplaces, is an impulse for providing a progressive development. As practice shows, only a small part of innovations transforms in goods and services and is successfully commercialized due to its promotion in interested groups of consumers. That's why the problem of commercialization of innovative goods and services should be in field of view of society, government, private business, scientists because decision of this problem improves a competitive ability of goods and finely a level of population's life.

The purpose of paper is an exploration of commercialization properties of innovative goods and services in foreign countries, detection of reasons of low level of commercialization of innovative goods and services by domestic enterprises.

Results. It is considered a domestic and a worldwide experience of commercialization of high-tech goods and services of industrial enterprises in the context of Asian, American and European models of innovative development. It is particularly set that there in the USA, Europe and Asia the key role in development and implementation of high-tech goods and services play multinational companies, which quite often create venture companies in their structures. Besides, it is set that a venture capital is often concentrated in science parks, technopoles, business incubators and other innovative structures. It is proved that in the process of commercialization of high-tech goods and services is a governmental support of state, first of all, from positions of longevity of preferences, which are offered to subjects of innovative structures. It's also set that such kind of commercialization is successful when local properties of demand for new goods and services are taken into account. Regarding a domestic experience of commercialization of innovative goods and services, they should state that it has a quite low development.

Conclusion. In this way, generalisation of domestic and foreign experience of commercialization of innovative goods and services shows that directions and ways of such commercialization are different and can have a different shape that is defined by local historical circumstances, traditions and national innovative politics in general.

Ключові слова: комерціалізація, інноваційна продукція, інноваційна діяльність, промислове підприємство, вітчизняний досвід, світовий досвід

Ключевые слова: коммерциализация, инновационная продукция, инновационная деятельность, промышленное предприятие, отечественный опыт, мировой опыт

Keywords: commercialization, innovative products, innovative activity, industrial enterprise, national experience, international experience

ВСТУП

У сучасних висококонкурентних, динамічних та нестабільних умовах підприємства здатні успішно функціонувати на ринку та посідати лідерські позиції значною мірою внаслідок розроблення, впровадження та реалізації інновацій. Високий рівень інноваційної активності підприємств: створює передумови для формування нових конкурентних переваг, підвищення інвестиційної привабливості, розширює можливості для виходу на нові ринки, є імпульсом для забезпечення прогресивного розвитку. Як свідчить практика, лише невелика частина інновацій трансформується у продукцію та успішно комерціалізується шляхом її просування до зацікавлених груп споживачів. Саме тому проблема комерціалізації інноваційної продукції має перебувати у полі зору уряду, суспільства, науковців, приватного бізнесу, оскільки вирішення цієї проблеми покращить конкурентоспроможність товарів, а в остаточному підсумку рівень життя населення.

Теоретичні та методичні засади комерціалізації інноваційної продукції були предметом наукових праць закордонних та вітчизняних вчених, серед яких: Р. Бендерієн К. Ковтуненко, Ю. Ковтуненко, С. Косцик, О. Кузьмін, Е. Маккой, Я. Матковська, О. Мрихіна, Р. Райзберг, Г. Ступнікек, Л. Федулова, Н. Чухрай та ін. Однак закордонний досвід комерціалізації інноваційної продукції та можливості його адаптації в Україні потребує більш глибокого вивчення, що формує актуальність дослідження.

МЕТА статті – вивчення особливостей комерціалізації інноваційної продукції в закордонних країнах, виявлення причин низького рівня комерціалізації інноваційної продукції вітчизняними підприємствами.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Методологічною та інформаційною основою статті є наукові праці, матеріали періодичних фахових та профільних видань, різноманітні ресурси Internet. У проведеному дослідженні було використано такі методи порівняльний, причинно-наслідковий, системний аналіз.

РЕЗУЛЬТАТИ

Результати проведених досліджень дають змогу стверджувати, що, попри виокремлення азійської, американської та європейської моделей інноваційного розвитку, істотних відмінностей між ними немає. Ключові характеристики цих моделей усе ж є спільними.

Насамперед слід зауважити, що в США, Європі та Азії ключову роль у розробленні та впровадженні високотехнологічної продукції відіграють транснаціональні компанії (ТНК). Як, зокрема, зазначають А.Р. Дунська та М.С. Пашенко [4], сьогодні у світі налічується понад 80 тис. різноманітних ТНК, з яких понад 80 % розташовано в економічно розвинутих країнах освіти (США, Німеччина, Японія, Китай, Канада, Нідерланди, Франція тощо). Причому така кількість щороку збільшується, поширюючи свою діяльність на все нові галузі та країни. У своїх дослідженнях А.В. Попова та Р.І. Гриванов [9] вказують на те, що саме ТНК реалізують майже 95 % фармацевтичної продукції, приблизно 75 % продукції машинобудування та орієнтовно

80 % продукції електроніки. Вони також згідно з експертними оцінками контролюють майже 50 % світової торгівлі та понад 65 % – внутрішньої торгівлі країн. Цікавим є те, що саме ТНК здійснюють продаж у світі близько 90 % патентів, ліцензій та «ноу-хау».

Вивчення теорії й практики, а також результати виконаних досліджень дають можливість виокремити ключові підходи, що використовуються ТНК у сфері комерціалізації високотехнологічної продукції, а саме:

- обмеження своїх дочірніх компаній стосовно вибору технологій та техніки на ринку;
- розроблення і впровадження загальної політики у сфері трансферу технологій, виробництва та продажу високотехнологічної продукції;
- встановлення монополю високих цін на високотехнологічну продукцію;
- посилення ринкових позицій дочірніх компаній шляхом надання на некомерційній основі ліцензій;
- використання механізмів патентування над контролем за рівнем техніко-технологічного розвитку регіону, країни тощо.

Слід вказати й на те, що значна частина ТНК є ініціаторами створення власних венчурних підприємств, які існують за рахунок внутрішніх венчурних фондів компанії. Як свідчить огляд і узагальнення літературних джерел [7–8], саме венчурні компанії є тими суб'єктами інноваційної інфраструктури, хто доробляє та комерціалізує ризикові перспективні ідеї, корисні моделі, винаходи та інші нововведення. Як зауважують О.В. Попадинець та А.С. Плахтій [8], венчурний капітал «є необхідним елементом для господарського функціонування, що дає змогу втілювати нововведення на найкритичніших етапах їх освоєння за умов надвисокого господарського ризику».

Хоча механізмом ризикового інвестування допускається прямий зв'язок між інвесторами та засновниками венчурних підприємств, на практиці така форма, яка правило, використовується великими інвесторами на стадії комерціалізації інноваційної продукції.

Цікавим є й те, що більшість венчурних компаній розташована у технопарках, технополісах, бізнес-інкубаторах та інших інноваційних структурах [5, 7, 10]. Організаційними центрами інноваційних структур, як правило, є один або декілька університетів, які за підтримки венчурних фондів створюють численні малі венчурні підприємства, що виконують прикладні дослідження, створюють дослідні зразки інноваційних продуктів, займаються їхнім випробуванням. Велика кількість венчурних підприємств отримують замовлення не лише дослідницького, але й суто виробничого характеру. Великі корпорації для уникнення вузької спеціалізації, а також керуючись пріоритетом використання переваг виконання певних технологічних операцій висококласними фахівцями, укладають із венчурними підприємствами контракти на обробку певних інноваційних матеріалів, виготовлення дрібних деталей, вузлів тощо. Тобто великі компанії, зокрема ТНК, практикують комерціалізацію інноваційної продукції за участю венчурних підприємств, що розташовані в інноваційних структурах.

Важливо вказати й на те, що ключову роль у створенні інноваційних структур типу технопарк і технополіс відіграють уряди держав. Тут доцільно зазначити, що вагомість урядової підтримки вимірюється не стільки можливостями фінансування процесів розробки й комерціалізації високотехнологічної продукції, скільки довготривалістю преференцій, які пропонуються суб'єктам інноваційних структур. Саме гарантія довгострокової перспективи функціонування інноваційної структури в поєднанні із гарантією стабільності упродовж визначеного законодавством терміну фіскальних та адміністративних умов розвитку бізнесу є тією порівняльною перевагою, яка сприяє географічній концентрації висококваліфікованих креативних кадрів, фінансовому капіталу, сучасних технологій, швидкому розвитку інфраструктури.

Наприклад, у Китаї ідею створення технопарків було закладено в рамках програми «Смолоскип» ще в 1988 р. і вже упродовж трьох наступних років було створено 38 технопарків. Фактично національні технопарки Китаю є зонами економічного й технічного розвитку. На основі накопиченого досвіду Держрада КНР у 1991 р. затвердила план розвитку 27 зон високих технологій, що розташовуються в різних регіонах країни. Отримання статусу таких зон дає змогу китайським регіонам здобувати на п'ять-сім років податкові й митні пільги. Зокрема, ставка оподаткування для підприємств, що входять до високотехнологічних зон, складає 15 %, зокрема для тих, що експортують не менше 70 % продукції – 10 %. Передбачено також «пільгові канікули» для компаній терміном на 1 рік, а для спільних підприємств – на 2 роки. Від імпортного мита звільняються прилади й устаткування, необхідні для проведення НДДКР, і які неможна придбати на внутрішньому ринку, а також сировина й матеріали для випуску експортної продукції та експортні операції [12].

Як наслідок, уже сьогодні в Китаї діє понад 7 тис. освітніх та дослідницьких організацій. За кількістю працюючих у них дослідників Китай випереджають лише США, Японія й Російська Федерація. Загальне число інженерних центрів, створених у Китаї з залученням іноземних інвестицій, становить 750. Зараз у країні діє більше 180 різних венчурних інвестиційних компаній, з них 90 % – урядові. Загальний обсяг капіталовкладень цих компаній перевищує 30 млрд дол. Сьогодні у Китаї діє близько 6 мільйонів науково-технічних посередницьких організацій, на яких зайнято майже 110 млн фахівців. Нині в науково-технічній сфері КНР зосереджено 38,5 млн осіб і за чисельністю зайнятих у науково-технічній сфері Китай займає провідне місце у світі [12].

Основною причиною успіху індійських програмістів на ринку програмного забезпечення аналітики називають активну державну підтримку технологічних парків, створених у країні за останні декілька років. Підприємствам, що здійснюють виробничу діяльність у межах технопарків, надано право на безмитне ввезення товарів. Підприємства-розробники програмного забезпечення звільнені від сплати прибуткового податку протягом 10 років. Вони також можуть розмитнювати вантажі й отримувати експортні ліцензії в одному місці [13].

Урядова підтримка розвитку технопарків в Індії посприяла створенню 13 технопарків, у яких функціонувало 1300 венчурних підприємств, які є розробниками програмного забезпечення. На сьогодні в Індії функціонує 30 інститутів з обслуговування венчурних підприємств із 248 філіями, 6 центрів високотехнологічного розвитку підприємництва, 52 науково-технологічних центрів, 17 випробувальних станцій із 2 центрами сертифікації продукції, 58 інтегрованих центрів промислового розвитку, 75 виробничих і навчальних центри, 20 галузевих центрів розвитку технології виробництва, 60 технологічних бізнес-інкубаторів, 26 науково-технічних парків, зокрема 9 парків програмного забезпечення, 348 діючих зон економічного розвитку. Комерціалізація високотехнологічної продукції у цих структурах значною мірою уможливлено тим, що Міністерство мікро, малого та середнього підприємництва Індії реалізує такі Урядові програми, як «Фінансова допомога в освоєнні нових технологій»; «Підвищення конкурентоспроможності підприємств» і «Забезпечення переходу підприємств на стандарти ISO 9000» [12–13].

Процес перетворення Японії на країну, яка є одним із найбільших виробників високотехнологічної продукції у світі, а Токіо – на провідний інноваційний центр, також відбулося не внаслідок збігу обставин, а у результаті прийняття урядом Японії конструктивних рішень і реалізації низки послідовних дій, які призвели до структурних змін у національній економіці та її інтеграції у світову. Стрімкий високотехнологічний розвиток Японії розпочався після виходу Японії з нафтової кризи 1973 р. Зокрема, Уряд Японії почав реалізовувати програму переходу з рідкого палива на альтернативні види палива, а також на розвиток інтелектуальних галузей. Для фінансування програм високотехнологічного розвитку Уряд дозволив емісію облігації приватним компаніям і сам почав випускати боргові зобов'язання внутрішньої й зовнішньої державної позик. Паралельно з цим відбулась лібералізація участі іноземців на Токійській фондовій біржі, що посприяло інтеграційним процесам японських компаній у ТНК із місцем базування в США та Західній Європі. Як наслідок, невдовзі платіжний баланс Японії перетворився з від'ємного на додатний, і ця країна стала одним із найбільших експортерів інноваційної продукції та капіталу у світі [6, 10].

Заслужовує на увагу досвід Уряду Фінляндії у побудові національної інноваційної системи, зокрема у комерціалізації інноваційної продукції. За даними Міжнародного інституту розвитку (MID), Всесвітнього економічного форуму (WEF), Міжнародної бізнес-школи (INSEAD), Всесвітньої організації інтелектуальної власності, а також Рейтингу «Global Competitiveness Report» і Рейтингу «Global innovation index» впродовж останніх років Фінляндія входить у першу п'ятірку країн за рівнем інноваційного розвитку. Серед провідних фінських організацій, які сприяють розвитку інновацій і комерціалізації інноваційної продукції доцільно виділити Експертну раду з інформаційних технологій, Раду з питань досліджень та інновацій, Національне фондове агентство з технологій та інновацій (Takes), парламентський фонд Sitra, Центр технічних досліджень Фінляндії, державну спеціалізовану фінансову ком-

панію (FINNVERA PLK), Фонд фінських винаходів, Альянс прав власності (Property Rights Alliance). З поміж вказаних організацій доцільно виділити Takes і Sitra. Перша з організацій фінансує дослідження й розробки тих фінських компаній, які створюють інноваційну продукцію на експорт. Залежно від того наскільки компанія-реципієнт інтегрована в інноваційну структуру Takes приймає рішення про частку фінансування інноваційного проекту. Вона може коливатись від 50 до 70 %. Щороку організація фінансує понад 2 тис. інноваційних проектів на суму майже 600 млн євро. Стосовно парламентського фонду Sitra, то він фінансує венчурні проекти на стадії їх започаткування й раннього розвитку. Крім того, цей венчурний фонд є центром створення нових ідей і базою даних стосовно нових ідей, які важливі для розвитку Фінляндії. Sitra тісно взаємодіє як із Takes, так і з іншими приватними венчурними компаніями [2].

Як свідчить вивчення вітчизняного та іноземного досвіду, комерціалізація інноваційної продукції є успішною тоді, коли беруться до уваги місцеві особливості попиту на нову продукцію. Так, на сьогодні компанія CASIO комерціалізує один з останніх своїх високотехнологічних продуктів – портативний проектор. Компанія розповсюджує цей високотехнологічний продукт виключно через свої ліцензовані регіональні представництва. Моделі, які пропонуються споживачам в Японії, США, Європі та на теренах колишнього СРСР, адаптовані до місцевих стандартів мереж напруги, а також відрізняються аксесуарами й терміном гарантійного обслуговування.

Як свідчить огляд літературних джерел [1, 3], під час наукових пошуків більшість компаній співпрацюють на партнерських засадах, проте з моменту комерціалізації інноваційної продукції виникають конкурентні відносини. Узагальнення досвіду ТНК вказує на те, що на початкових фазах інноваційного процесу інноваційні ідеї тримаються компаніями у повному секреті, але фундаментальні дослідження є предметом широких обговорень як на національному, так і міжнародному рівнях. Це сприяє акумулюванню інформації про рівень розроблення конкретної проблематики у світі, пошуку найвідоміших фахівців із досліджуваної проблеми, максимальному акумулюванню ідей тощо. У період розроблення інноваційної ідеї увесь мозковий центр з аналізування отриманої інформації сконцентрований у країні базування материнської компанії. У міру створення дослідного зразка продукту або технології розпочинається процес внутрішньофірмової передачі на ліцензійних умовах технологічної інформації дочірнім компаніям, що знаходяться за кордоном. Водночас дочірні компанії отримують фінансування на проведення досліджень і дуже вузький перелік завдань, які вони повинні виконати. Здебільшого вони стосуються вивчення особливостей попиту місцевого ринку на інновацію та її вдосконалення. На цьому етапі інноваційного процесу діяльність дочірніх компаній жорстко контролюється материнською компанією, особливо на предмет інформаційної безпеки. Після завершення цих робіт дочірні компанії стають найбільш кваліфікованими носіями інформації на предмет інновації, що пропонуватиметься на ринок. Вони знають особливості регіонального попиту,

можливих конкурентів, можуть спрогнозувати характер зміни запитів споживачів, володіють інформацією про потенційні сфери просування високотехнологічної продукції у разі її модифікації. Саме це є підставою для надання материнською компанією своїм дочірнім підприємствам статусу регіональних інноваційних центрів, які отримують право самостійно обирати напрями досліджень пов'язаних із комерціалізацією вже створеної інновації. Готовність дочірніх підприємств до перетворення на регіональні інноваційні центри є сигналом материнській компанії про доцільність старту процесу комерціалізації інноваційної продукції. За таких умов успішність комерціалізації інновації гарантується тим, що:

- права на різноманітну інноваційну продукцію інтелектуально захищені;
- використовується внутрішньофірмове ліцензування, що знижує ймовірність витоку інформації до конкурентів і сприяє довготривалості життєвого циклу інноваційної продукції;
- інноваційна продукція пристосована до запитів споживачів на різних ринках;
- інноваційна продукція виводиться на ринок різних країн одночасно;
- компанія, що пропонує інноваційну продукцію, перебуває в стані готовності до швидкого реагування на потребу її вдосконалення та модифікації.

Окрім вище виокремлених спільних характеристик американської, європейської та азійської моделей розвитку інноваційної діяльності, доцільно виділити й окремі відмінності між ними. Передусім йдеться про сучасну тенденцію азійських країн, зокрема, Індії, Китаю, Південної Кореї пропонувати на ринок інноваційні продукти за низькою ціною. Це здійснюється насамперед завдяки низькому рівню собівартості.

Цікавим є й американський досвід розроблення й комерціалізації інноваційної продукції. Ця країна чи не найбільше інвестує в інноваційний розвиток своєї економіки. Як наслідок абсолютна більшість ключових ТНК мають свої головні офіси саме в США. Цей чинник істотно впливає на рівень конкурентоспроможності американського бізнесу й на тенденції інноваційних процесів у цій країні.

Розглядаючи вітчизняний досвід комерціалізації інноваційної продукції, слід сьогодні стверджувати про доволі низький його рівень. Результати виконаних досліджень дають змогу виокремити ключові причини цього, а саме:

- низький рівень прибутковості компаній, що унеможливує акумулювання вільних коштів для їхнього подальшого спрямування на освоєння інноваційної продукції;
- низький рівень впевненості керівників і власників у досягненні позитивних економічних ефектів від виробництва та комерціалізації інноваційної продукції;
- відсутність досвіду співпраці компаній із представниками інноваційної інфраструктури;
- високий рівень вартості послуг суб'єктів інноваційної інфраструктури у сфері комерціалізації інноваційної продукції;
- низький рівень захисту об'єктів права інтелектуальної власності в Україні;

– непослідовність державної політики у сфері інноваційного розвитку та створення різноманітних інноваційно-високотехнологічних виробництв, зокрема за участі іноземного капіталу;

– складність та багато в чому суперечливість податкової та валютної політики держави, що «придушує» ініціативи виробництва й комерціалізації інноваційної продукції;

– низький рівень впливу на загальнодержавному рівні стимулюючих чинників комерціалізації інноваційної продукції тощо.

ВИСНОВКИ

Отже, узагальнення вітчизняного та світового досвіду комерціалізації інноваційної продукції вказує на те, що напрями та шляхи такої комерціалізації є різними й можуть мати різну форму, що визначається місцевими історичними обставинами, традиціями й національними інноваційними політиками загалом.

Зокрема, важливою у процесі комерціалізації інноваційної продукції є урядова підтримка держави насамперед з позиції довготривалості преференцій, які пропонуються суб'єктам інноваційних структур. Також комерціалізація є успішною тоді, коли беруться до уваги місцеві особливості попиту на нову продукцію.

Список використаних джерел

1. Алексеев И.В., Коць О.О. Структура риска НТП и способы его оценки. *Бизнес Информ.* 2009. № 12. С. 8–11.
2. Андрощук Г.О. Національна інноваційна система Фінляндії: Формула успіху. *Наука та інновації.* 2010. № 6/4. С. 93–107.
3. Вербовська Л.С., Василюшина Н.С., Берлоус М.В. Интеллектуальна власність як об'єкт управління на підприємствах області. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону.* 2014. № 10/1. С. 36–42.
4. Дунська А.Р., Пащенко М.С. Аналіз сучасного стану розвитку транснаціональних корпорацій та характер їх функціонування в Україні. *Економічний вісник НТУУ «КПІ».* 2016. № 13. С. 92–99.
5. Завадяк Р.І., Копусяк Я.Ф. Теоретичні основи функціонування та види бізнес-інкубаторів в Україні. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка».* 2014. № 2. С. 78–81.
6. Ковригин Е.Б. Япония – Китай: официальная помощь развитию как инструмент экономического взаимодействия. *Пространственная экономика.* 2012. № 3. С. 9–33.
7. Кузьмін О.С., Литвин І.В. Венчурні організації в машинобудуванні: види та тенденції розвитку. *Актуальні проблеми економіки.* 2009. № 1. С. 126–135.
8. Попадинець О.В., Плахтій А.С. Венчурний бізнес як індикатор стану захисту прав інтелектуальної власності в Україні. *Глобальні та національні проблеми економіки.* 2016. № 21. С. 44–48.
9. Попова А.В., Гриванов Р.И. Транснациональные корпорации как субъект международных экономических отношений. *Международный студенческий научный вестник.* 2015. № 4–3. С. 431–433.
10. Удальцова Н.Л., Кожанов Е.Н., Горбулина Д.В.

Инновационный успех Японии: миф или реальность?. *Вопросы инновационной экономики.* 2015. № 5/2. С. 37–46.

11. Шклярук С.Г. Основні засади венчурного фінансування інноваційних технологій. *Наукові праці МАУП.* 2013. № 1. С.144–149.

12. Зарубежный опыт государственной поддержки инновационных малых и средних предприятий. URL: http://www.vneshmarket.ru/content/document_r_53C5CE2B-F73C-4DE2-9366-31DC6A60F4A8.html [Дата звернення 06.09.2020].

13. Индийская IT-революция. URL: <http://indonet.ru/statya/india-it-revolution> [Дата звернення 14.09.2020].

References

1. Alekseev I.V., Kots O.O. The structure of the risk of STP and methods of its assessment. *Business Inform.* 2009. № 12. pp. 8–11. (in Ukrainian).
2. Androshchuk H.O. The National Innovation System of Finland: The formula for success. *Science and innovation.* 2010. № 6/4. pp. 93–107. (in Ukrainian).
3. Verbovska L.S., Vasylyshyn N.Ye., Berloous M.V. Intellectual property as an object of management at the enterprises of the region. *Current problems of economic development of the region.* 2014. № 10/1. pp. 36–42. (in Ukrainian).
4. Dunska A.R., Pashchenko M.S. Analysis of the current state of development of transnational corporations and the nature of their operation in Ukraine. *Economic Bulletin of NTUU «KPI».* 2016. № 13. pp. 92–99. (in Ukrainian).
5. Zavadiak R.I., Kapusiak Ya.F. Theoretical foundations of operation and types of business incubators in Ukraine. *Scientific Bulletin of Uzhhorod University. Economics series.* 2014. № 2. pp. 78–81. (in Ukrainian).
6. Kovryhyn E.B. Japan-China: Official development assistance as a tool for economic cooperation. *Spatial economics.* 2012. № 3. pp. 9–33. (in Russian).
7. Kuzmin O.E., Lytvyn I.V. Venture capital organizations in mechanical engineering: types and trends. *Current economic problems.* 2009. № 1. pp. 126–135. (in Ukrainian).
8. Popadynets O.V., Plakhtii A.S. Venture business as an indicator of the state of protection of intellectual property rights in Ukraine. *Global and national economic problems.* 2016. № 21. pp. 44–48. (in Ukrainian).
9. Popova A.V., Hrynov R.I. Transnational corporations as a subject of international economic relations. *International Student Scientific Bulletin.* 2015. № 4–3. pp. 431–433. (in Russian).
10. Udaltsova N.I., Kozhanov E.N., Horbulina D.V. Japan's innovative success: myth or reality? *Issues of innovative economy.* 2015. № 5/2. pp. 37–46. (in Russian).
11. Shklyaruk S.H. Basic principles of venture financing of innovative technologies. *Scientific works MAUP.* 2013. № 1. pp. 144–149. (in Ukrainian).
12. Foreign experience of state support of innovative small and medium enterprises. URL: http://www.vneshmarket.ru/content/document_r_53C5CE2B-F73C-4DE2-9366-31DC6A60F4A8.html [Accessed September 06, 2020] (in Russian)
13. The Indian IT revolution. URL: <http://indonet.ru/statya/india-it-revolution> [Accessed September 14, 2020]. (in Russian).