

нелегальне поширення та використання програмного забезпечення, а також неспроможність боротися з масовим характером порушення авторських та суміжних прав загалом, а в тому числі і в мережі Інтернет. Перед Україною, що обрала для себе інноваційний шлях розвитку та розбудову економіки знань, стоїть невідкладне завдання щодо створення умов для належного та ефективного захисту прав інтелектуальної власності. Поступова реалізація зазначених кроків надасть можливість створити в Україні умови, привабливі як для бізнесу й інвестування, так і для підтримки та забезпечення поваги до національного автора, творця.

1. *Association agreement between the European Union and its Member States, of the one part, and Ukraine, of the other part [Електронний ресурс]. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: [http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:22014A0529\(01\)&from=EN](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:22014A0529(01)&from=EN).* 2. Сушко О. В. *Угода про асоціацію Україна-ЄС: дороговказ реформ* / О. В. Сушко. – Київ: KAS POLICY PAPER 20, 2012. – 55 с. – (Інститут Євро-Атлантичного співробітництва). 3. *Поглиблення відносин між ЄС та Україною Що, чому і як? / за заг. ред. Майкла Емерсона і Вероніки Мовчан.* – Київ-Брюсель : Центр європейських політичних досліджень (CEPS), Інститут економічних досліджень та політичних консультацій (ІЕД), 2016. – 267 с. 4. Орлюк О. П. *Захист прав інтелектуальної власності в контексті європейської інтеграції* / О. П. Орлюк. // *Вісник Національної академії правових наук України.* – 2016. – №3. – С. 58–74.

Ванькович Л.Я.

Національний університет «Львівська політехніка»

ДИФУЗІЯ ІННОВАЦІЙ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ ПРОЦЕСОМ

Одним з можливих інструментів забезпечення сталого розвитку економіки країни можна вважати явище дифузії інновацій загалом і дифузії результатів інноваційної діяльності підприємств зокрема. Чому дифузії інновацій можна розглядати на макrorівні як засіб для забезпечення сталого розвитку економіки та як засіб комерціалізації науково-технічних розробок на мікрорівні? Тому що сталий розвиток забезпечується поступовими якісними і кількісними змінами народного господарства, які у свою чергу можуть бути різного роду інноваціями. Виходячи з обмеженості ресурсів в межах окремої економіки швидкість поширення інновацій і визначатиме тривалість сталого розвитку. Завдяки управлінню процесом дифузії інновацій можна пришвидшувати сталий розвиток (а також комерціалізувати та поширювати науково-технічні розробки) чи уповільнювати його. Інновації тісно «пов'язані» з інформацією, що має здатність до поширення у просторі [1].

Відповідно до просторової теорії поширення інновацій шведського вченого Т. Гегерстранда дифузія інновацій має певні закони розповсюдження і може бути змодельована; дифузія інновацій є основним чинником соціального ефекту; швидкість дифузії інновацій є в залежності не від географічної відстані, а від передавальної можливості міст, через які вона реалізується, та від того, наскільки сильні та ефективні там зв'язки між людьми. Це й впливає на сталий розвиток економіки на макrorівні або ж дифузія інновацій як останній етап інноваційного процесу визначає подальшу ефективність комерціалізації науково-технічних розробок.

Власне, у просторі згідно з Т. Гегерстрандом інновації поширюються у трьох напрямках: від центрів найвищого ієрархічного рівня до центрів найнижчого рівня; від

розвинених економічних районів до периферійних територій; від великих міст у приміські зони [2].

Таким чином протягом процесу поширення інновацій (як наслідок, додаткові доходи, соціальні та технологічні покращення) здійснюється сталий розвиток економіки країни (регіону, інституційної одиниці).

У запропонованій теорії дифузії інновацій Т. Гегерстранд виділив 4 стадії або «хвилі інновацій»: 1) виникнення або зародження дифузійного процесу; 2) реальна дифузія інновацій, яка приводить до утворення нових центрів розвитку; 3) нагромадження потенціалу розвитку території; 4) підйом розвитку (насичення) території до максимуму за існуючих умов. При цьому дифузія може бути трьох типів: інновація рівномірно поширюється в усіх напрямках від центру її генерування (дифузія розширення), поширення в певному напрямку або за якою-небудь ознакою (дифузія переміщення) та дифузія змішаного типу. Відповідно до теорії Т. Гегерстранда інновації мають здатність до швидкого поширення в обмеженій кількості регіонів, а врешті – повільнішими темпами через відсутність інфраструктури чи соціальних зв'язків. Враховуючи це французький науковець, представник інституціонально-соціологічної школи Ф. Перру запропонував теорію полюсів зростання, відповідно до якої нововведення створюють умови для утворення агломерацій інноваційного типу навколо інноваційної галузі. Такі полюси зростання, як правило, чинять позитивний мультиплікаційний вплив на територію довкола них. Водночас Ф. Перру зауважував, що значна нерівномірність у поширенні інновацій може мати й негативні наслідки, оскільки вона має властивість збільшувати регіональну асиметрію економічного розвитку країни [3, с. 41].

З метою унеможливлення таких негативних тенденцій та вибору перспективних векторів інноваційного розвитку економіки С. Ілляшенко запропонував деякий алгоритм, який передбачає врахування інноваційного потенціалу різних регіонів [4].

Сталий інноваційний розвиток економіки можливий за умови створення в ній сприятливого інвестиційного клімату, його інвестиційної привабливості. До інноваційних факторів вартує віднести, в т.ч. технологічну (зв'язок, інтернет-комунікації і т.п.) і наукову інфраструктуру та виділити їх як окремі субфактори інфраструктури. Технологічну інфраструктуру регіонів формують і характеризують: сфера зв'язку, особливо інтернет-комунікації, рівень технологічної кооперації, забезпеченість регіонів інженерними кадрами та фінансами для подальшого розвитку цього виду інфраструктури. Щодо інтернет-комунікацій варто зауважити, що вони, ще більшою мірою, ніж розвиток сучасної транспортної інфраструктури, знижують роль просторового чинника в розвитку й розміщенні продуктивних сил і у процесах комерціалізації науково-технічних розробок та технологічної співпраці підприємств [5].

У зв'язку з асиметрією регіонального розвитку (кластеризацією) багатьом економічним системам характерний хвилеподібний розвиток. Цей факт дає об'єктивний шанс економікам країн, які знаходяться в стані реформування, зробити свій «інноваційний прорив» сталого розвитку. Інноваційні кластери, які мають ключове значення за умов модернізаційних пріоритетів сталого розвитку економіки є базовими ядрами, центрами інноваційних полюсів. За таких умов дифузія результатів інноваційної діяльності підприємств чи кластерів загалом, змінюючи традиційну структуру економічного простору країни, є водночас логічним продовженням комерціалізації науково-технічних розробок та новими джерелами сталого розвитку регіонів.

1. Князь С.В. Декомпозиція дифузії результатів інноваційної діяльності як інструмент сталого розвитку підприємств / С.В. Князь, Л.Я. Ванькович // Сталий розвиток – стан та перспективи: Збірник матеріалів Міжнародного наукового симпозиуму (28 лютого – 3 березня 2018 р., Львів-Славське, Україна). Львів : Панорама. – С. 222 – 223. 2. Hägerstrand T. Innovation diffusion as a spatial

process [Innovationsförloppet ur korologisk synpunkt] [Електронний ресурс] / Т. Hägerstrand // Postscript and translation by Allan Pred. Chicago: University of Chicago Press. – 1967. – 334 p. – Режим доступу: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1538-4632.1969.tb00626.x/pdf>. 3. Брикова І. В. Концепція міжнародної конкурентоспроможності національного регіону та її практичний вимір / І. В. Брикова // Міжнародна економічна політика. – 2006. – № 4. – С. 29–53. 4. Ілляшенко С. М. Міжнародні аспекти конкурентоспроможності регіонів України і їх урахування при обґрунтуванні траєкторій інноваційного розвитку / С. М. Ілляшенко // Механізм регулювання економіки : зб. наук. праць. – 2010. – № 3, т. 2. – С. 59–65. 5. Захарченко С. Рівень розвитку інфраструктури як чинник конкурентоспроможності регіонів України / С. Захарченко // Збірник наукових праць. – Вип. 39. – Ч.2. – 66–73.

Винничук Р.О.

Національний університет «Львівська політехніка»

ФОРМУВАННЯ УСПІШНОГО ТАЛАНТ-БРЕНДУ ОРГАНІЗАЦІЇ В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ

В сучасних умовах жорсткої конкуренції, коли компанії ведуть боротьбі не лише за клієнтів, але й за працівників, загальний позитивний імідж організації має надважливе значення. Мова йде не лише за якість продукції та обслуговування, не лише за розвиток техніки та технології, не лише за соціальну взаємодію та відповідальність – всі ці показники звісно мають безпосередній вплив на загальний бренд організації. Мова навіть йде не за бренд працедавця, на який організації звертають все більше значення. В контексті боротьби за найкращих працівників на ринку праці, на перший план виходить поняття талант-бренду організації.

Для встановлення чіткого розуміння поняття талант-бренду слід визначити, чим воно відрізняється від бренду працедавця, а також чому ці поняття сучасні практики в управлінні персоналом та управління талантами розділяють.

Про бренд працедавця почали говорити порівняно нещодавно – на початку 90-х років минулого століття. Його визначають як загальний імідж організації в контексті сприятливого місця праці. За твердженнями авторів цього поняття, С.Берроу та Т.Емблера, бренд працедавця – це сукупність функціональних, економічних та психологічних переваг, які надає працедавець і які ототожнюються з ним [1]. Основним акцентом, на який треба звернути увагу, досліджуючи відмінності між брендом працедавця та талант-брендом, це те, що бренд працедавця цілеспрямовано створюється самою організацією. Використовуючи весь можливий спектр маркетингових інструментів, компанія може впливати на середовище та думку суспільства щодо загальної ситуації з працевлаштування та задоволення працею працівників. Таким чином, створення позитивного бренду працедавця значною мірою залежить від самої організації та її маркетингової стратегії.

На противагу цьому, талант-бренд формується виключно працівниками організації. Про нього почали говорити лише кілька останніх років – тому це поняття нове і лише починає досліджуватися. Передумовами його виникнення стали, зокрема, глобалізація, стрімкий розвиток інформаційних технологій та зміна покоління працівників.

Глобалізація передбачає стирання кордонів на ринку праці. Новітні працівники-таланти є достатньо гнучкими та мобільними для того, щоб не обирати сталий спосіб життя і роботи, а вільно пересуватися по світу, будуючи свою кар'єру.