

Міністерство освіти і науки України  
Сумський державний університет  
Наукове товариство студентів, аспірантів,  
докторантів і молодих вчених СумДУ

## ***ПЕРШИЙ КРОК У НАУКУ***

Матеріали  
VIII студентської конференції  
(Суми, 11 грудня 2016 року)



Суми  
Сумський державний університет  
2016

## СТРАТЕГІЧНИЙ ВИМІР ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙ

Скорик В.В., *студент*; СумДУ, гр. МЕ-51а

Зміна парадигми інноваційного розвитку та перехід до моделі «відкритих інновацій» у сполученні зі зростаючою інтернаціоналізацією науки та високою мобільністю людських ресурсів, привели до того, що сьогодні вектор глобальних інноваційних потоків перестає бути односпрямованим, про що свідчить багатий закордонний досвід. Відтак проблема інтернаціоналізації інноваційного бізнесу як додаткового джерела ресурсів є вкрай актуальною.

Міжнародне співробітництво як одна з умов успіху стає ключовим аспектом інноваційного підприємництва. Експерти сходяться в думці, що націленість на закордонні ринки, зокрема ринок Європейського Союзу як один з найбільш розвинених у сфері просування інновацій, і східні ринки як одні з найбільш динамічних, є серйозною конкурентною перевагою, тому що не тільки збільшує кількість потенційних споживачів, але й розширює можливості фінансування, які є критичними для інноваційної діяльності.

Аналіз релевантних джерел показав, що теоретико-концептуальне відображення значимості процесу інтернаціоналізації високотехнологічних компаній в умовах глобалізації інновацій перебуває на початковому рівні. У зв'язку з викладеним вище досить великий науково-практичний інтерес представляє розробка методології, що могла стати основою для прийняття бізнесом стратегічних рішень в області міжнародних операцій.

В практичній же площині відбувається інтернаціоналізація основних способів виходу на закордонні ринки (експорт; здача проектів під ключ; ліцензування; франчайзинг; створення спільних підприємств; створення власних дочірніх підприємств). Вибір стратегії залежить від необхідності скорочення витрат і вимог адаптації до локальних ринків, зокрема компанія може використати такі стратегії:

1. Міжнародна стратегія (експорт товарів, створених за допомогою ключових компетенцій, на закордонні ринки з незначною адаптацією);
2. Стратегія локалізації (адаптація товарів, маркетингової стратегії

та стратегії бізнесу до національних умов);

3. Стратегію глобальної стандартизації (скорочення витрат за рахунок місцевих вигід);

4. Транснаціональну стратегію (одночасне скорочення витрат, перенос товарів та адаптація до місцевих умов).

Стратегії зі зростанням конкуренції неминуче еволюціонують і зміщаються в сторону стратегії глобальної стандартизації та транснаціональної стратегії. В цьому контексті варто визначити тренди створення високотехнологічних продуктів.

Протягом багатьох років Силіконова долина в Каліфорнії (США) залишалась єдиною прийнятною площадкою для людей з ідеями, які мали можливість найбільш успішно їх розвивати. Однак протягом двох останніх десятиліть середовище змінилося. У цей час майже кожна промислово розвинена країна має свою власну національну Силіконову долину. Збільшення кількості точок доступу для обміну ідеями пов'язане з розвитком Інтернету, який забезпечує розвиток міжнародного мережевого співробітництва, що є сьогодні стає найважливішим чинником успіху підприємців, що реалізують інноваційні бізнес-ідеї.

Особливий спосіб інтернаціоналізації характерний для стартапів, що швидко інтернаціоналізуються з самого початку й тому отримали назву «born globals». Ці форми бізнесу відрізняються від традиційних стартапів з погляду їх процесів росту. «Born globals» інтернаціоналізуються швидко вже з самого початку, в той час як традиційні підходи до інтернаціоналізації підкреслюють взаємодію на фазі запуску, під час якого стартап спочатку розвиває свій внутрішній ринок і потім думає про продажі за кордон.

Керівник: Омеляненко В.А., *асистент*

1. Чередников О. Н. Интернационализация российских высокотехнологичных «стартап» компаний в условиях циркуляции инновационного человеческого капитала. – СПб: СПб ГУ экономики и финансов, 2012. – 24 с.
2. Крапувну І. V. International innovation networks as new stage of innovation development / І. V. Крапувну, V. A. Omelyanenko, N. O. Vernyudub // Economic Processes Management: International Scientific E-Journal. – 2015. – № 1. – Access mode: [http://epm.fem.sumdu.edu.ua/download/2015\\_1/2015\\_1\\_17.pdf](http://epm.fem.sumdu.edu.ua/download/2015_1/2015_1_17.pdf)