

ІННОВАЦІЙНИЙ СКЛАДНИК ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ

INNOVATION COMPLEX INCREASING COMPETITIVENESS OF TELECOMMUNICATION ENTERPRISES

У статті розглянуто роль і взаємозв'язок інноваційності підприємств та їх конкурентоспроможності. Розкрито вплив інноваційної активності телекомунікаційних підприємств на зростання їх конкурентних переваг та підвищення конкурентної позиції. Обґрунтовано необхідність переходу телекомунікаційних підприємств на інноваційний шлях розвитку. Запропоновані заходи сприятимуть збільшенню масштабів та ефективності виробництва, розширенню пакетних послуг і їх номенклатури, підвищенню якості бізнес-ланцюгів й управлінських структур, освоєнню нових сегментів ринку.
Ключові слова: конкурентоспроможність, конкурентна перевага, інновації, інноваційна активність, телекомунікаційні підприємства.

В статье рассмотрены роль и взаимосвязь инновационности предприятий и их конкурентоспособности. Раскрыто влияние инновационной активности телекоммуникационных предприятий на рост их конкурентных преимуществ и повышения конкурентной позиции. Обоснована необходимость перехода телекоммуникационных предприятий на инновационный путь развития. Предложенные меры будут способ-

ствовать увеличению масштабов и эффективности производства, расширению пакетных услуг и их номенклатуры, повышению качества бизнес-цепей и управленческих структур, освоению новых сегментов рынка.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкурентное преимущество, инновации, инновационная активность, телекоммуникационные предприятия.

The article deals with the role and interconnection of innovation of enterprises and their competitiveness. The influence of innovative activity of telecommunication enterprises on the growth of their competitive advantages and increase of competitive position is revealed. The necessity of transition of telecommunication enterprises to the innovative way of development is substantiated. The proposed measures will help increase the scale and efficiency of production, expand package services and their nomenclature, improve the quality of business chains and management structures, and develop new segments of the market.

Key words: competitiveness, competitive advantage, innovations, innovative activity, telecommunication enterprises.

УДК 631.15

Стецюк П.А.

д.е.н., професор, професор кафедри менеджменту

Державний університет телекомунікацій

Халімон Т.М.

к.е.н., доцент кафедри менеджменту

Державний університет телекомунікацій

Постановка проблеми. Нині в умовах поглиблення глобалізації та постійного загострення конкурентної боротьби основою конкурентоспроможності виступають інновації, які дають змогу телекомунікаційним підприємствам, що володіють інноваційними конкурентними перевагами, займати гідне місце в конкурентному середовищі. Отже, ключовим завданням ефективної конкурентної політики кожного телекомунікаційного підприємства слід уважати підвищення його конкурентоспроможності на інноваційних засадах і створення для цього відповідних умов [13]. На жаль, сьогодні застосування інновацій як одного з головних чинників підвищення рівня конкурентоспроможності телекомунікаційними підприємствами в Україні системно не здійснюється. А стратегічні завдання вимагають підвищення їх конкурентоспроможності на інноваційних засадах, що має примножити конкурентні переваги для боротьби із суперниками на внутрішніх та зовнішніх ринках. Зважаючи на означене, питання інноваційної активності телекомунікаційних підприємств задля підвищення їх конкурентоспроможності набувають особливої актуальності.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Нині розгляд проблемних питань підвищення конкурентоспроможності підприємств на інноваційній основі перебуває у центрі уваги вчених, їм

присвячено значну кількість наукових розвідок І. Ансоффа, А. Воронкової, О. Гудзь, О. Дація, С. Ілляшенка, Т. Коно, Г. Мінцберга, М. Портера, Б. Санто, П. Стецюка, Б. Твіса, Дж. Робінсона, А. Томпсона, О. Тридіда, Р. Фатхутдінова, А. Чандлера Й. Шумпетера та ін. Високо оцінюючи внесок цих дослідників і отримані ними результати, слід зазначити, що сьогодні вплив активізації інноваційної діяльності телекомунікаційних підприємств у контексті підвищення їх конкурентоспроможності потребує більш детального, глибокого вивчення й пошуку нових підходів.

Постановка завдання. Метою статті є розгляд ролі і взаємозв'язку інноваційності підприємств та їх конкурентоспроможності, розкриття впливу інноваційної активності телекомунікаційних підприємств на зростання їх конкурентних переваг, підвищення конкурентної позиції та обґрунтування необхідності переходу телекомунікаційних підприємств на інноваційний шлях розвитку, що сприятиме збільшенню масштабів та ефективності виробництва, розширенню пакетних послуг і їх номенклатури, підвищенню якості бізнес-ланцюгів й управлінських структур, освоєнню нових сегментів ринку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасні економічні умови вимагають від вітчизняних телекомунікаційних підприємств своєчасних ефективних заходів реагування на стрімкий темп

змін, які зумовлені деформаціями конкурентного середовища. Здатність підприємства адаптуватися до таких змін і забезпечувати бажаний рівень конкурентних переваг інтерпретують як його конкурентоспроможність. За класичним трактуванням М. Портера, «конкурентоспроможність – це визначене сукупністю факторів положення товаровиробника на внутрішніх і зовнішніх ринках, віддзеркалене через сукупність показників» [10, с. 896].

Переважно дослідники тлумачать конкурентоспроможність підприємства як концентрований вираз сукупності його економічного потенціалу, диверсифікації виробництва, компетентностей, ефективності застосування інновацій, організації, управління, комунікацій та частки ринкового сегменту. При цьому акцентується, що темпи та динаміка провайдингу інновацій впливають на інтенсивність, методи конкуренції та рівень конкурентоспроможності.

Рівень конкурентоспроможності підприємства – інтегральний показник його життєздатності, вміння ефективно використовувати свій ресурсний, науково-технічний, кадровий, фінансовий інформаційний, комунікаційний потенціал. Цей показник відображає результативність функціонування усіх підрозділів, а також його адаптаційні можливості до змін споживацьких смаків і переваг, коливань зовнішнього середовища. Для забезпечення сталої здатності постійно конкурувати з іншими, для завоювання лідируючих ринкових позицій телекомунікаційному підприємству потрібно постійно зростати та примножувати перелік конкурентних переваг, що неможливо без активного використання інновацій. Тому метою телекомунікаційного підприємства є не просто генерування прибутку, а й підвищення рівня його конкурентоспроможності. Часто менеджмент підприємств-лідерів готовий відмовитися від примноження прибутку сьогодні для інвестицій в інновації, лояльності клієнтів або додаткових виплат працівникам для нарощення конкурентної переваги в майбутньому. Євразійська рада зі стандартизації, метрології та сертифікації визначає інновації як нові або вдосконалені технології, види продукції або послуг, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що сприяють забезпеченню конкурентоспроможності технологій, продукції та послуг на ринку [7]. Саме інноваційні перетворення є поштовхом до модернізації усього підприємства, що сприяє його економічному розвитку.

Переважно науковці визнають інновації ключовим чинником підвищення конкурентоспроможності підприємств. Вагому роль щодо формування таких переконань відіграли дослідження П. Друкера, в яких він переконливо обґрунтував значення впровадження інновацій для досягнення підприємством успіху на ринку [16, с. 272]. Фак-

тично доведено, що сильні конкурентні позиції мають ті учасники ринку, які активно впроваджують інновації.

Цікаво, що Україна не поступається фінансово потужним країнам за чисельністю наукових публікацій, розробок і патентів, однак їхня якість (посилання за кордоном і цитованість публікацій, визнання і закупка прав на використання патентів світовим співтовариством) є низькою. Хоча «Україна з індексом глобальної конкурентоспроможності (GCI) 4,1 дещо підвищила свої позиції в рейтингу ВЕФ, посівши серед 139 країн 73-тю позицію, демонструючи значне відставання від провідних країн світу і від середньосвітового значення індексу GCI – 4,18» [3]. Водночас вітчизняна продукція користується невисоким попитом у світі і має низьку конкурентоспроможність на світових ринках. Лише 1% вітчизняної продукції вважається конкурентоспроможним.

Загальний рівень інноваційної активності телекомунікаційних підприємств залишається невисоким. За останні роки кількість телекомунікаційних підприємств, які впроваджують інновації, не підвищується, а навпаки – падає. Так, кількість вітчизняних інноваційно активних підприємств протягом останніх десяти років не перевищує 17–18%, що вдвічі нижче, ніж у периферійних країнах Євросоюзу й у п'ятеро нижче економічно потужних країн, що негативно позначається і на рівні їх конкурентоспроможності. Це пояснюється тим, що «конкурентоспроможність як інтегральний показник економічного розвитку відображає вплив низки факторів, які формують конкурентні переваги підприємства, галузі, країни у цілому» [8].

Таким чином, вирішальними умовами досягнення вищого рівня конкурентоспроможності телекомунікаційними підприємствами можна вважати:

- формування нових бізнес-комбінацій і комунікаційних бізнес-ланцюгів на основі оволодіння новими знаннями;
- генерування конкурентних переваг шляхом провайдингу інновацій та сучасних інформаційно-комунікаційних технологій;
- адаптація різноманітних інновацій до наявних бізнес-процесів;
- утримання конкурентних позицій шляхом системності впровадження інновацій та активізації інноваційних процесів.

Телекомунікаційні підприємства приділяли недостатньо уваги необхідності врахування системності впровадження інновацій. Основний акцент робився на здійсненні організаційних перетворень та технічній модернізації. «Проте ці засоби, навпаки, породжують антиінновації» [15, с. 17], загальмувавши провайдинг комунікаційних і технологічних інновацій.

Тут доречно згадати, що М. Портер, розглядаючи конкурентоспроможність зазначав, що вона

«не дістається у спадок, не є наслідком наявних ресурсів або робочої сили, а ґрунтується на постійному використанні інновацій» [10]. Тобто підґрунтям формування конкурентних переваг є процес системного стимулювання оновлення, вдосконалення і модернізації, локомотивом якого є інновації.

Для оцінки впливу інновацій на підвищення конкурентоспроможності слід виокремити два їх основних типи [2]: радикальні інновації (radical innovation) та зростаючі інновації (incremental innovation). Перший тип інновацій «пов'язаний із фундаментальними проривами в науково-технічній сфері. Здійснення таких інновацій здатне змінити параметри конкурентної боротьби, істотно поліпшуючи якість виробничого процесу у сферах діяльності технологічних лідерів або навіть монополістів. Здійснення такого типу інновацій потребує наявності на підприємстві значного обсягу фундаментального знання (або доступу до нього) й є можливим далеко не для кожного підприємства» [12, с. 558]. Другий тип інновацій демонструє менший вплив на підвищення конкурентоспроможності підприємства. Зростаючі інновації, звичайно, підвищують ефективність діяльності, але вирішують локальні ситуативні завдання у контурі конкурентоспроможності, і саме вони є найбільш поширеними.

Тобто інновації як чинник підвищення конкурентоспроможності підприємств виступають як науково-технічні, технологічні, економічні, комунікаційні та організаційні зміни, що відмінні від наявних у конкурентів і зорієнтовані на модернізацію бізнес-процесів для нарощення конкурентних переваг. Окреслюючи значення і роль інновацій для підвищення конкурентоспроможності телекомунікаційних підприємств, доцільно зауважити, що «інноваційні процеси забезпечують оптимізацію організаційних форм взаємозв'язків, сприяють розвитку інфраструктури та стають підґрунтям формування ефективних мотиваційних механізмів щодо їх подальшого функціонування на ринку» [1].

Як переконає світовий досвід, ефект впливу інновацій на підвищення конкурентоспроможності підприємства проявляється у трьох площинах [9]:

- «підвищення конкурентоспроможності продукції, що створює конкурентні переваги на найближчу і середньострокову перспективу;
- формування нових споживчих потреб, що створює конкурентні переваги на віддалену перспективу;
- підвищення ефективності виробництва, яка своїм впливом трансформує конкурентоспроможність продукції в конкурентоспроможність підприємства» [9].

Отже, широке впровадження інновацій сприятиме телекомунікаційним підприємствам не лише модернізувати свої бізнес-процеси за рахунок

сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, а й допомагатиме підвищенню рівня конкурентоспроможності та примноженню конкурентних переваг. Водночас акцентуємо, що телекомунікаційне підприємство, яке імплементує інновації у свої бізнес-комбінації, має конкурентну перевагу, лише поки зберігається конфіденційність щодо використання інноваційних процесів. Це пояснюється тим, що фактично будь-яку інновацію можна запозичити і повторити.

Більшість телекомунікаційних підприємств розуміє значимість і роль інновацій щодо підвищення рівня конкурентоспроможності, але демонструє це лише за модернізації застарілого обладнання й технології, тобто впровадження зростаючих інновацій. Зважаючи на стрімкий розвиток сучасних інформаційно-комунікаційних технологій для телекомунікаційної сфери, цього недостатньо. Нині для підвищення конкурентоспроможності телекомунікаційним підприємствам необхідно переходити на інноваційний розвиток та імплементувати інновації, випереджаючи своїх конкурентів.

На підвищення конкурентоспроможності телекомунікаційних підприємств впливають об'єктивні (економічні закони: зростання продуктивності праці, попиту та пропозиції тощо) та суб'єктивні (дія яких вважається прямим наслідком свідомо ухвалених рішень та заходів), зовнішні (зумовлені взаємодією підприємства із зовнішнім середовищем) та внутрішні чинники (істотні особливості, що відрізняють підприємство від конкурентів). Найвагоміший вплив мають такі чинники:

- використання новітніх винаходів і відкриттів;
- науково-технічний рівень та ступінь модернізації виробництва;
- упровадження сучасних інформаційно-комунікаційних технологій та бізнес-ланцюгів.

В останній період у телекомунікаційній сфері простежуються негативні чинники й глобального характеру. Підвищення конкурентоспроможності на основі впровадження інновацій дає змогу телекомунікаційним підприємствам мати запас необхідних конкурентних переваг, що підтримають його успішне функціонування за несприятливих коливань конкурентного середовища.

Характеризуючи значення інновацій для підвищення конкурентоспроможності телекомунікаційних підприємств, слід відзначити, що, оскільки «інноваційні процеси забезпечують оптимізацію організаційних форм взаємозв'язків, сприяють розвитку інфраструктури та слугують підґрунтям формування ефективних мотиваційних механізмів щодо їх подальшого функціонування на ринку» [1, с. 122], то кожному підприємству слід активізувати свою інноваційну діяльність

«Інноваційна активність – цілеспрямована діяльність підприємств щодо конструювання, ство-

рення, освоєння й виробництва якісно нових видів техніки, предметів праці, об'єктів інтелектуальної власності (патентів, ліцензій тощо), технологій, а також упровадження досконаліших форм організації праці й управління виробництвом [4, с. 655].

Дослідники виокремлюють такі види інноваційних нововведень: продуктові, технічні (технологічні), організаційні, економічні, управлінські, політичні, соціальні, юридичні [14, с. 206].

Усі зазначені види інноваційних нововведень впливають на підвищення конкурентоспроможності телекомунікаційних підприємств, але найбільший вплив здійснюють продуктові, організаційні та інформаційно-комунікаційні інновації. Актуальними нині для телекомунікаційних підприємств вважаємо впровадження та розвиток CALS-концепції. CALS (Continuous Acquisition and Life cycle Support) – концепція та філософія інформаційно-комунікаційного забезпечення життєвого циклу нової продукції на всіх операційних стадіях, яка опирається на використання інтегрованого інформаційного простору, що забезпечує комунікаційні ланцюги взаємодії всіх учасників та бізнес-партнерів: замовників продукції, державні структури, постачальників, партнерів, фінансові інституції, що регламентують указані взаємодії переважно з використанням електронних комунікацій. Застосування принципів CALS-концепції сприятиме розв'язанню таких завдань: скорочення часових періодів упровадження нової продукції, оптимізація комунікаційних ланцюгів, бізнес-процесів; підвищення якості проектування і виробництва; поліпшення стандартів експлуатаційного обслуговування; зниження витрат на операційну, інноваційну та маркетингову діяльність тощо.

Принциповою умовою використання CALS-концепції вважається широке використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій у бізнес-комбінаціях та ланцюгах телекомунікаційного підприємства, переосмислення функціональних зв'язків, модернізація системи управління для підвищення рівня його конкурентоспроможності. Водночас використання CALS-концепції дасть змогу прискорити процес генерування інновацій та помітно знизити витрати на їх провайдинг та збут, що підвищить конкурентоспроможність та ефективність телекомунікаційних підприємств.

Саме CALS-концепція «є визначальним чинником у конкурентній боротьбі, що забезпечує умови для стабільного довгострокового розвитку підприємств» [5]. Передусім конкурентоспроможність базується на пріоритетному розвитку інтелектуальних та інноваційних ресурсів підприємства [6, с. 79].

Схематично взаємозв'язок інновацій та підвищення рівня конкурентоспроможності телекомунікаційних підприємств можна продемонструвати такою логічною комбінацією: інноваційні можли-

вості підприємства – сучасні інформаційно-комунікаційні технології – CALS-концепція – інноваційна активність – формування конкурентних переваг – конкурентний потенціал та рівень його реалізації – рівень конкурентоспроможності підприємства.

У телекомунікаційних підприємствах упровадження інновацій стримується через недостатнє державне стимулювання, недостатній рівень інноваційної культури; обмеженість джерел фінансування, значні витрати на освоєння інновацій, високі ризики, тривалість окупності.

Серед проблем, що виникають у телекомунікаційних підприємствах під час провайдингу інновацій, слід виділити такі: обмеженість науково-технічної інформації щодо ефективних розробок і успішного їх упровадження; тривала та ускладнена процедура ухвалення інноваційних проектів; відсутність ефективної системи фінансової підтримки інновацій з урахуванням специфіки функціонування підприємств; високі загрози і ризики, що зумовлено значними витратами та непередбачуваністю реакції ринку; неузгодженість нормативних положень та техніко-технологічних стандартів; невідповідність економічного розвитку підприємств технологічним викликам на світовому ринку.

Для активізації інноваційної діяльності телекомунікаційних підприємств для підвищення їх рівня конкурентоспроможності доцільно дотримуватися таких умов [11]:

- державна підтримка інноваційної діяльності (сприяти підтримці та захисту національного виробника, забезпечувати фінансування закордонного патентування винаходів, корисних моделей, промислових зразків тощо);

- визнання пріоритетності інноваційних чинників для підвищення як конкурентоспроможності, так і ефективності діяльності підприємства у цілому;

- правова охорона інноваційних ідей;
- інформаційна взаємодія (під час здійснення інноваційної діяльності створюються інтенсивні інформаційні потоки, що задовольняють потреби окремих управлінських служб, у систему управління підприємством необхідно закладати підхід, заснований на використанні інтегрованої інформаційної системи, що забезпечує єдину базу для всіх підрозділів даного підприємства);

- активна і новаторська участь кожного співробітника у підвищенні ефективності інноваційної діяльності та конкурентоспроможності продукції [11].

Світовий досвід переконує, що важливими умовами підвищення конкурентоспроможності телекомунікаційних підприємств слід уважати: оволодіння новими знаннями як фундаменту ефективної конкуренції; розвиток внутрішньої конкурентної поведінки, що сприяє інноваційній активності; генерування конкурентних переваг шляхом упро-

вадження інновацій та сучасних інформаційно-комунікаційних; здатність окремих підприємств модернізувати бізнес-процеси, впроваджувати нововведення та нові комунікаційні ланцюги; розуміння менеджментом підприємств, що утримати свої конкурентні позиції можна тільки шляхом систематичного впровадження інновацій; формування сприятливого середовища для провайдингу інновацій та стимулювання інноваційних ініціатив. Іншими словами, для підвищення конкурентоспроможності телекомунікаційних підприємств необхідна постійна їх зорієнтованість на пошук, генерування, здійснення і провайдинг інновацій, тобто перехід на інноваційний шлях розвитку.

Таким чином, «основою конкурентних переваг є процес постійного стимулювання оновлення й удосконалення – процес стимулювання інновацій» [5]. Масштаби нарощення конкурентних переваг зумовлені, передусім, упровадженням інновацій та сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, адже саме вони формують основу підвищення конкурентоспроможності телекомунікаційних підприємств та їх успішної конкурентної боротьби на зовнішніх ринках.

Висновки з проведеного дослідження.

Підсумовуючи, зазначимо, що розгляд ролі і взаємозв'язку інноваційності підприємств та їх конкурентоспроможності дав змогу розкрити вплив інноваційної активності телекомунікаційних підприємств на зростання їх конкурентних переваг та підвищення конкурентної позиції й обґрунтувати необхідність переходу телекомунікаційних підприємств на інноваційний шлях розвитку, що сприятиме збільшенню масштабів та ефективності виробництва, розширенню пакетних послуг і їх номенклатури, підвищенню якості бізнес-ланцюгів й управлінських структур, освоєнню нових сегментів ринку. Зокрема, визначено, що ефективно здійснення інновацій дає змогу телекомунікаційним підприємствам створити визначальні стратегічні конкурентні переваги. Лідуючі підприємства підвищують свою конкурентоспроможність шляхом використання як нових технологій, так і методів роботи, але підтримка необхідного рівня конкурентоспроможності стає можливою тільки шляхом безперервних інновацій. Таким чином, головною ознакою конкурентоспроможності стає її інноваційність, тобто здатність телекомунікаційних підприємств до безперервного інноваційного розвитку, змін діяльності на основі провайдингу інновацій, підвищення інноваційної активності. Інноваційна активність спирається на процес удосконалення, прогрес, відкриття нового, тобто на ефективно засвоєння та впровадження нововведень, спрямованих як на оновлення технологій, техніки, організації виробництва та розроблення нової продукції, так і на проведення управлінських

інновацій, спрямованих на ефективну зміну поведінки персоналу для отримання запланованих результатів. Саме поєднання всіх складників дає змогу телекомунікаційному підприємству не тільки вижити в умовах загострення конкурентної боротьби, а й досягти бажаного рівня конкурентоспроможності. Водночас нездатність до провайдингу інновацій генерує загрози й ризики опинитися на позиціях аутсайдера, що в кінцевому підсумку призведе до обмеження їх можливостей та втрати конкурентоспроможності.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Березіна Л.М. Інноваційна політика підприємств: тактичні та стратегічні аспекти. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2013. № 4. С. 132.
2. Бжуска Я.О. Інноваційні моделі бізнесу. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2008. № 628. С. 29–35.
3. Всесвітній економічний форум The Global Competitiveness Report. URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2011-13.pdf.
4. Грозна В.В. Підвищення конкурентоспроможності економіки України як передумова співробітництва з ЄС. Актуальні проблеми економіки. 2006. № 11(29). С. 130–134.
5. Гудзь О.Є. Роль інновацій щодо забезпечення конкурентоспроможності та ефективності підприємства. Вісник ХНТУСГ. Економічні науки. 2015. Вип. 161. С. 3–11.
6. Ілляшенко С.М. Управління інноваційним розвитком: проблеми, концепції, методи: монографія. Суми: Університетська книга, 2007. 273 с.
7. Інноваційна діяльність. Терміни і визначення: ГОСТ 31279. 2004. Чинний від 2004.08.12. Мн.: Белгосстандарт, 2005. С. 29.
8. Кацура С.М. Трансфер технологій і дифузія інновацій, як елементи регіонального інноваційного процесу. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/prvs/2009_2/0646.pdf.
9. Колесов С.В. Інноваційні аспекти конкурентоспроможності промислових підприємств України. К.: Знання-Прес, 2010. 335 с.
10. Портер М. Международная конкуренция: конкурентные преимущества стран; пер. с англ. М.: Международные отношения, 2008. 896 с.
11. Про схвалення Концепції розвитку національної інноваційної системи. URL: <http://www.in.gov.ua>.
12. Соловйов В.П. Інноваційна діяльність як системний процес у конкурентній економіці. Київ, 2006. С. 558.
13. Тананакіна Д.О. Проблеми національної конкурентоспроможності та пріоритети конкурентної політики в Україні. К., 2000.
14. Управління інноваціями: навч. посіб. / За ред. А.І. Сухорукова. К.: Комп'ютерпрес, 2003.
15. Яковець Ю.В. Эпохальные инновации XXI века. М.: Экономика, 2004.
16. Drucker P. Innowacja i przedsiebiorczost. Praktyka i zasady, PWE. Warszawa, 1992.