

**ДИФУЗИЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЯК СКЛАДОВА  
ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У КОНТЕКСТІ ПІДПИСАННЯ УГОДИ ПРО  
АСОЦІАЦІЮ МІЖ УКРАЇНОЮ ТА ЄС**

В умовах постійної глобалізації господарських відносин, а також трьохкратного знецінення національної валюти України особливої ваги для забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств набуває їх орієнтація на експортну діяльність. Для суб'єктів господарювання однією з перспективних сфер при виході на зовнішні ринки, зокрема Європейського Союзу, може стати інноваційна. Підприємствам доцільно зосередити увагу на поширенні результатів інноваційної діяльності з метою нівелювання негативних наслідків економічної кризи, в т. ч. й зменшення продажів на внутрішньому ринку. Зважаючи на вищезазначені умови, можна буде досягнути значної цінової та якісної (інноваційної) конкурентоспроможності.

Тому поширення результатів інноваційної діяльності підприємств можна розглядати і як їх зовнішньоекономічну діяльність.

Аналізування визначення поняття «дифузія інновацій» та його синонімічних варіантів різними авторами дає змогу стверджувати, що це поняття ідентифікується не завжди однозначно, оскільки ґрунтується на декількох, щонайменше п'яти взаємопов'язаних ознаках, які формують його т. зв. СУТПЧ-характеристику [1, с. 14].

У зв'язку з цим при управлінні дифузією результатів інноваційної діяльності підприємств як складову їх зовнішньоекономічної діяльності необхідно враховувати, що вона є соціально-економічною діяльністю, з управлінськими та технологічними ознаками, що здійснюється в часі та просторі.

При цьому для максимізації ефективності поширення результатів інноваційної діяльності підприємств як складової їх зовнішньоекономічної діяльності доцільно таку дифузію розглядати в трьох аспектах.

Дифузію інновацій як процес зовнішньоекономічної діяльності розглядають як процес, що складається із декількох етапів; як послідовне чи циклічне протікання визначених етапів; у вигляді комунікацій, поширення нової ідеї, продукту, технології, методу управління на нові ринки; послідовна зміна предметів і явищ, що відбувається закономірним порядком; сукупність ряду послідовних дій, спрямованих на досягнення певного економічного результату.

Дифузію інновацій як теорію зовнішньоекономічної діяльності формують в якості концепції, закономірностей поширення соціальних, економічних, інформаційних та інших явищ – новин, ідей, інформації, товарів.

Дифузію інновацій як зміну від здійснення зовнішньоекономічної діяльності можна розуміти, наприклад, як настання зміни в структурі та функціях соціальної системи, коли старі товари, ідеї, методи управління поступаються місцем новим; послідовна зміна станів об'єкту в часі [2, с. 34].

Врахування цих трьох аспектів дифузії інновацій з підписанням Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом надасть змогу українським підприємствам відновити обсяги господарської діяльності, а при ефективному управлінні поширенням результатів інноваційної діяльності наростити такі обсяги у порівнянні з докризовими. Укладення Угоди про асоціацію надає особливі сприятливі, яких раніше не було, умови функціонування для вітчизняних підприємств.

**Література:**

1. Ванькович Л. Я. СУТПЧ-характеристика дифузії інновацій / Л. Я. Ванькович // *Тези доповідей Міжнародної науково-практичної конференції [«Розвиток національної економіки: теорія і практика»], (Львів, 3–4 квітня 2015 р.) / ДВНЗ «Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника» [та ін.]*. – Львів : Видавництво Львівської політехніки. – 2014. – С. 14-16.
2. Ванькович Л. Я. Про значення дифузії результатів інноваційної діяльності в контексті підвищення конкурентоспроможності підприємства / Л. Я. Ванькович // *Тези доповідей X Міжнародної науково-практичної конференції [«Маркетинг та логістика і системі менеджменту»], (Львів, 6–8 листопада 2014 р.) / НУ «Львівська політехніка» [та ін.]*. – Львів : Видавництво Львівської політехніки. – 2014. – С. 34-35.