

**Олексій Миколайович Гуцалюк**

академік АЕН України

д-р екон. наук, проф.

ORCID 0000-0002-6541-4912

e-mail: alex-g.88@ukr.net,

Приватний заклад вищої освіти «Східноєвропейський  
університет імені Рауфа Аблязова», м. Черкаси,

**Володимир Аркадійович Василенко**

д-р пед. наук, проф.

ORCID 0000-0002-7907-6942

e-mail: vasylenko.volodymir@gmail.com,

Центральноукраїнський національний  
технічний університет, м. Кропивницький,

**Ігор Станіславович Вірієнко**

здобувач третього (освітньо-  
наукового) рівня вищої освіти

ORCID 0009-0007-5389-2697

e-mail: all0904@ukr.net,

ДВНЗ «Приазовський державний  
технічний університет», м. Дніпро

## ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В ІНТЕГРАЦІЙНУ ДІЯЛЬНІСТЬ КОРПОРАТИВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

**Вступ.** Інноваційна діяльність набуває в умовах трансформації економіки України важливого значення. Саме завдяки упровадженню нових форм та методів інноваційної діяльності стає можливим підйом та зростання промислового виробництва. За рахунок розширення інноваційного ринку підприємства підвищують свою продуктивність, залучають у сферу виробництва нові резерви та досягають високих показників продуктивності.

**Постановка проблеми.** Інноваційна діяльність являє собою процес, що охоплює широкі сфери діяльності суб'єктів ринкових відносин, в які включають науково-технічну, виробничу, маркетингову, підприємницьку та соціальну діяльність. Вони в кінцевому результаті орієнтовані на задоволення конкретних суспільних потреб і ведуть до зростання рівня життя суспільства.

Інноваційно-інвестиційні перетворення стали визначальною рисою і в економіці України, яка складається із значної кількості самостійних господарських суб'єктів, котрі постають як господарські комплекси. Виробничі підприємства та їх комплекси стають структурними елементами національної економіки і в них у найбільш концентрованому вигляді відображаються процеси ринкової розбудови з урахуванням сучасних тенденцій науково-технічного прогресу та подальшого зростання інноваційного процесу.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Значний внесок в економічну теорію з проблем інноваційного

розвитку підприємств, управління інноваційними процесами та стратегічного управління інноваціями на рівні підприємств, зроблено відомими українськими вченими, такими як: О. Амоша, Л. Антонюк, Ю. Бажал, Є. Бельтюков, І. Бланк, Б. Буркинський, В. Войнаренко, Т. Галушкіна, А. Гальчинський, В. Геєць, В. Дубницький, І. Заблодська, В. Захарченко, М. Коваленко, М. Пашкевич, А. Пересада, А. Почтовюк, А. Поручник, В. Родченко, В. Савчук, В. Семенов, В. Степанов, П. Шелепницький, В. Щербак, Ю. Яковець та інші відомі науковці.

Вагомий внесок у становлення і розвиток теоретико-методологічних положень щодо інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств зробили відомі зарубіжні вчені: Д. Браччи, А. Вебер, А. Гранберг, К. Жан, Х. Зіберт, В. Крісталлер, В. Лаундхардт, Г. Лактин, А. Льош, Е. Майминас, Л. Минделі, А. Мовсеян, Ф. Моллерс, Д. Нортон, С. Огнівцев, В. Опарін, М. Портер, А. Предель, В. Пчелінцев, В. Федосов, П. Савона, Д. Сорос, Й. Тюнен, Н. Фонштейн, Н. Хоуса, Л. Хоффман та багато інших вчених.

**Виділення невирішених частин загальної проблеми.** У світовій економічній літературі «інновація» інтепретується як перетворення потенційного науково-технічного прогресу в реальний, що втілюється в нових продуктах і технологіях. Проблематика нововведень у нашій країні протягом багатьох років розроблялася в рамках економічних досліджень науково-технічного



прогресу. Термін «інновація» став активно використовуватися в перехідній економіці України як самостійно, так і для позначення ряду родинних понять: «інноваційна діяльність», «інноваційний процес», «інноваційне рішення» тощо. Однак для уточнення поняття «інновації» слід розглянути їх сутність та встановити міжфірмові коопераційні зв'язки між підприємствами в питаннях передачі інноваційних товарів.

**Викладення основного матеріалу дослідження.** У економічній літературі нараховується багато визначень інновацій. Наприклад, по ознаці змісту або внутрішньої структури виділяють інновації технічні, економічні, організаційні, управлінські й інші. Виділяються такі ознаки, як масштаб інновацій (глобальні і локальні); параметри життєвого циклу (виділення й аналіз усіх стадій і підстадій), а також закономірності процесу впровадження.

Відповідно до стандартів і рекомендації міжнародних організацій в галузі статистики науки, інновація – це кінцевий результат інноваційної діяльності, що одержав втілення у вигляді нового або удосконаленого продукту, упровадженого на ринку, нового або удосконаленого технологічного процесу, використовуваного в практичній діяльності, або в новому підході до соціальних послуг.

Таким чином, інновація є наслідком інноваційної діяльності. Аналіз різноманітних визначень призводить до висновку, що специфічний зміст інновації складають зміни, а головною функцією інноваційної діяльності є функція зміни.

Австрійський учений Й. Шумпетер виділяв п'ять типових змін:

1. Використання нової техніки, нових технологічних процесів або нового ринкового забезпечення виробництва (купівля-продаж).
2. Впровадження продукції з новими властивостями.
3. Використання нової сировини, як правило штучного походження.
4. Зміни в організації виробництва і його матеріально-технічного забезпечення.
5. Поява нових ринків збуту [14].

У ряді джерел інновація розглядається як процес. У цій концепції визнається, що інноваційні нововведення розвиваються в часі і має чітко виражені стадії. Головними стадіями є формування ідеї нового продукту, розробка зарозка нового продукту та його іспит в лабораторії, далі експериментальний випуск продукції і після цієї стадії відбувається масовий випуск продукції. Всі стадії можуть поділятися на певні окремі етапи або частини кожної стадії.

Інновації властиві як динамічний, так і статичний аспекти. У останньому випадку інновація розглядається як кінцевий результат науково-виробничого циклу (НВЦ), ці результати мають самостійне коло питань. Терміни «інновація» та «інноваційний процес» не однозначні, хоча і близькі. Інноваційний процес пов'язаний із створенням, освоєнням і поширенням інновацій.

Інновацію потрібно розглядати з урахуванням інноваційного процесу. Для інновації рівною мірою важливі основні три властивості: науково-технічна новизна, виробнича придатність, комерційна реалізованість. Відсутність будь-якого з них негативно позначається на інноваційному процесі.

Комерційний аспект визначає інновацію як економічну необхідність, усвідомлену через потреби ринку. Варто звернути увагу на два моменти: «матеріалізацію» інновації, винаходів і розробок у нові технічно зроблені види промислової продукції, засоби і предмети праці, технології й організації виробництва і «комерціалізацію», що перетворює їх у джерело прибутку.

Отже, науково-технічні інновації повинні:

- а) мати новизну;
- б) задовольняти ринковому попиту і приносити прибуток виробнику.

Поширення інноваційних нововведень, як і їхнє створення є складовою частиною інноваційного процесу.

Розрізняють три логічних форми інноваційного процесу: простий внутрішньоорганізаційний (натуральний), простий міжорганізаційний (товарний) і розширений.

Простий інноваційний процес припускає створення і використання нововведення усередині одного і того ж підприємства, інноваційне нововведення в цьому випадку не приймає безпосередньо товарної форми.

При простому міжорганізаційному інноваційному процесі нововведення виступає як предмет купівлі-продажу. Така форма інноваційного процесу означає відділення функції творця і виробника нововведення від функції його споживача.

Нарешті, розширений інноваційний процес виявляється в створенні усе нових і нових виробників нововведення, порушенні монополії виробника-піонера, що через взаємну конкуренцію сприяє удосконалюванню споживчих властивостей товару, що випускається на ринок. Тобто, в умовах товарного інноваційного процесу діє як мінімум два господарських суб'єкти: виробник (творець) і споживач (користувач) нововведення. Якщо нововведення є технологічним процесом, його виробник і споживач можуть сполучатися в одному господарському суб'єкті.

В міру перетворення інноваційного процесу в товарний виділяються дві його органічні фази:

- а) створення і поширення;
- б) дифузія нововведення.

Перше, в основному, включає послідовні етапи наукових досліджень, дослідно-конструкторських робіт, організацію дослідного виробництва і збуту, організацію комерційного виробництва. На першій фазі ще не реалізується корисний ефект нововведення, а тільки створюються передумови такої реалізації.

На другій фазі суспільно-корисний ефект перерозподіляється між виробниками нововведення, а також між виробниками і споживачами.

У результаті дифузії зростає число і змінюються якісні характеристики як виробників, так і споживачів. Безперервність інноваційних процесів робить визначальний вплив на швидкість і широту дифузії інноваційних нововведень у ринковій економіці. На дифузії інновацій формуються міжфірмові коопераційні зв'язки з обміну інноваціями між українськими підприємствами, що відображено на рис. 1.

Дифузія інновацій – це процес, за допомогою якого інноваційне нововведення передається по міжфірмовим комунікаційним каналам між членами соціально-економічної системи в часі. Інноваційними но-

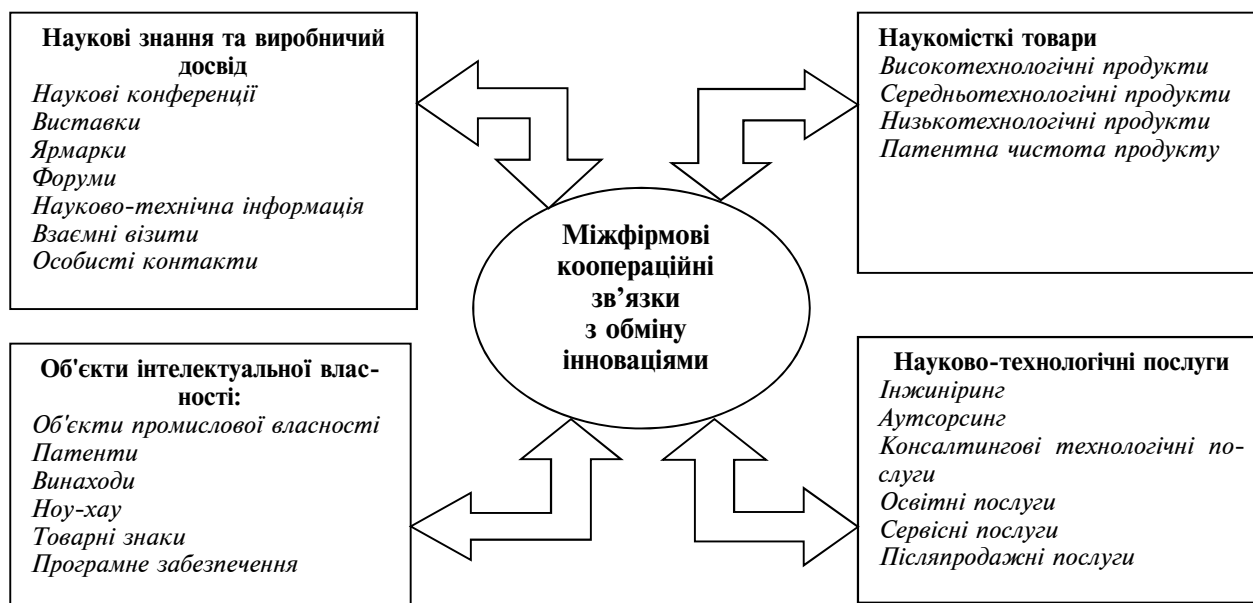


Рис. 1. Структура міжфірмових коопераційних зв'язків з обміну інноваціями українськими підприємствами

Джерело: авторська розробка.

вовведеннями можуть бути ідея, предмети, технології, процеси, які є новими для відповідного господарського суб'єкту.

Іншими словами дифузія – це поширення вже освоєної, перевіреної і раніше використаної інновації в нових умовах або місцях застосування, наприклад іншими суб'єктами господарювання.

Поширення інновації – це інформаційний процес, форма і швидкість якого залежить від потужності комунікаційних каналів, особливостей сприйняття інформації суб'єктами, що господарюють, їхніх спроможностей до практичного використання цієї інформації і т.п. Це обумовлено тим, що господарюючі суб'єкти, що діють у реальному економічному середовищі, виявляють неоднакове відношення до пошуку інновацій і різної спроможності до їхнього засвоєння.

Одним із важливих чинників поширення будь-якої інновації є її взаємодія з відповідним соціально-

економічним оточенням, істотним елементом якого є конкуруючі технології. Відповідно до теорії довгих хвиль економічного розвитку, яка викликається інноваційними нововведеннями, австрійського вченого Й. Шумпетера, дифузія міжфірмових коопераційних зв'язків є процесом кумулятивного збільшення числа імітаторів, що впроваджують інновації слідом за новатором в очікуванні більш високого прибутку [14].

Впровадження новітніх технологічних процесів в останні часи зменшується з 739 до 687 млрд грн, хоча таке зменшення не є суттєвим, однак така тенденція є неприйнятною (див. таблицю). Більш позитивними є показники зростання придбання нових машин, устаткування, приладів та апаратів і таке зростання майже в 2 рази свідчить, що українські підприємства надають перевагу придбанням нової техніки. Вказана тенденція характеризує більшу матеріальну складову інноваційного процесу для українських підприємств.

Таблиця

Кількість промислових підприємств, що впроваджували інновацію (інновацію та/або технологічні процеси)

| Показники інноваційної діяльності                                      | 2020-2021 |  | 2022-2023 |  |
|--|-----------|--|-----------|--|
|  | млрд грн  | у % до загальної кількості підприємств | млрд грн  | у % до загальної кількості підприємств |
| Усього:  | 739       | 15,6                                   | 687       | 13,8                                   |
| У тому числі:<br>впроваджували нові технологічні процеси               | 461       | 9,5                                    | 478       | 9,6                                    |
| З них:<br>нові або суттєво поліпшені маловідходні та ресурсозберігаючі | 224       | 4,7                                    | 174       | 3,5                                    |
| Впроваджували види інноваційної продукції (товари, послуги)            | 637       | 13,5                                   | 336       | 6,8                                    |
| З них:<br>нові машини, устаткування, прилади, апарати                  | 171       | 3,6                                    | 137       | 6,8                                    |

*Джерело: Дані Державної служби статистики України.*

Аналізуючи галузеву структуру міжфірмових коопераційних угод і спільного підприємництва, українські дослідники відзначають її відмінність від такої в перші післявоєнні десятиліття, коли спільні угоди полягали головним чином у галузях, що добували, і промисловості по переробці сировини.

Тепер основними сферами міжфірмового коопераційного співробітництва стають НДДКР, а також ті галузі промисловості, де прямі зарубіжні інвестиції стали переважати у розширенні зв'язків з іноземними компаніями, наприклад, комерційне літакобудування, металургійна, автомобільна і така «молода» галузь, як хімічна промисловість, біотехнологія, технології націлені на захист навколишнього середовища.

Міжфірмове коопераційне співробітництво за участю іноземного капіталу тепер звичайно супроводжується передачею інноваційних технологій; у значній частині випадків – це експорт технологій зі США, Північної Кореї, Китаю, однак у металургії, хімічній, автомобільній промисловості спільне виробництво має на увазі значний американський та європейський імпорт технологій.

Структура загальних інноваційних витрат підприємств за основними видами економічної діяльності представлено на рис. 2.

У 2023 році витрати на інновації в Україні промисловими підприємствами сягнули 14220,9 млн грн, кількість промислових підприємств, що втілювали інновації у виробничий процес склала 782 підприємства.

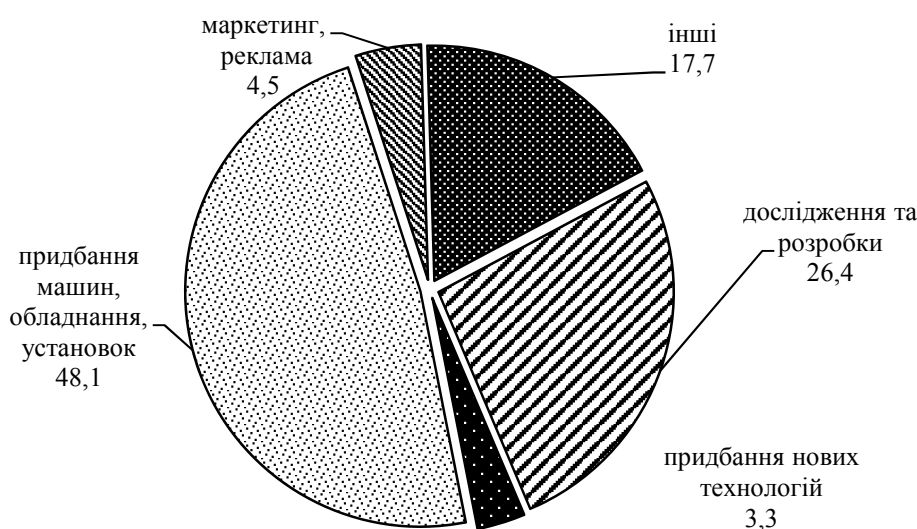


Рис. 2. Структура інноваційних витрат у промисловості у 2023 році (до загального обсягу, у відсотках)

*Джерело: Дані Державної служби статистики України.*

Значна кількість промислових підприємств взагалі не займаються втіленням інновацій і такий внутрішній резерв є ще не реалізованим і вказує на значні перспективи щодо покращення інноваційного процесу.

Американські економісти відзначають, що на частку п'яти великих промислових галузей (автомобільної, аерокосмічна, телекомунікації, електротехнічна, виробництво ЕОМ) приходить 87% усіх міжфірмових коопераційних угод з обміну інноваціями і таке зосередження не випадкове. Ці галузі відрізняються високими бар'єрами для доступу на ринок, глобалізацією виробництва, значною економією на масштабах, що швидко змінюється технологією і високими операційними витратами, тобто такими особливостями, які перебороти легше всього за допомогою коопераційних угод. Прикладами дорогих і ризикованих проектів, зокрема, унаслідок технологічного старіння незабаром після закінчення їхньої розробки, є такі, як розробка «нового світового автомобіля», трансконтинентального авіалайнера або складної телекомунікаційної системи.

Що стосується конкретного цілей співробітництва, то найбільше число міжфірмових інноваційних угод мають на меті спільні НДДКР (38 %) і виробництва нового продукту (23,3 %), тобто вони полягають на ранніх, конкурентних стадіях виробничого процесу. Мета співробітництва також варіюється по регіонах України. Основною та переважною метою міжфірмових коопераційних угод країн ЄЕС і США є розробка продукту, тоді як японські фірми найбільш активні у при укладанні угод в галузі виробництва.

Сучасний міжнародний обмін інноваційними технологіями характеризують наступні нові тенденції:

1. Обмін технологіями всі частіше розглядається як рівноправна частина ділової стратегії підприємств, скоординована з іншими ключовими напрямками підприємницької діяльності (експорт, спільні підприємства, кооперація тощо). Так, наприклад, продаж ліцензій сприяє торгівлі товарами за рахунок постачань комплектуючих виробів і сировини. Вона нерідко є практично єдиним засобом проникнення на ринок ряду країн.

2. Корпорації усе більше прагнуть обмежити доступ «чужих» фірм до своїх інноваційних технологій

і збільшити обсяги своїх продажів дочірнім підприємствам. Тому частка продажів технологій своїм філіям у таких країнах, як США, складає 75-80%. Наприклад, американська компанія IBM продає ліцензії незалежним фірмам лише на окремі вузли ЕОМ, причому переважно такі, випуск яких самою компанією припинений, а ліцензії на виготовлення ЕОМ продає лише своїм дочірнім фірмам.

3. Усі частіше угоди про передачу технологій включають комплексне надання послуг, у тому числі виконання робіт типу інжиніринг, передачу патентних прав, ноу-хау, конструкторської і технологічної документації, постачання спеціального устаткування, що комплектують виробів і матеріалів, надання технічної допомоги в монтажі, пуску і налагодженні устаткування, навчання фахівців і т.д.

4. Темпи росту торгівлі інноваційними технологіями випереджають темпи росту торгівлі іншими товарами. В даний час сумарний обсяг торгівлі інноваційними технологіями у світі оцінюється понад 500 млрд доларів США. Причина настільки бурхливого розвитку ринку інноваційних товарів та технологій полягає у винятково високій рентабельності торгівлі інноваційним товаром.

5. Усі частіше на основі ліцензійних угод виникають і розвиваються коопераційні відносини між підприємствами, які входять в спільні фінансово-промислові групи або акціонерні товариства з широкою номенклатурою випуску товарів.

6. Ріст конкуренції на ринку інноваційних технологій приводить до удосконалювання маркетингової діяльності фірм, що діють на цьому ринку. При цьому особлива увага приділяється таким показникам, як оцінка «портфеля» ліцензій підприємств, підготовці ліцензійного об'єкта до продажу, чи патентуванню та посиленню патентної охорони об'єктів ліцензій, а також переговорам і оформленню ліцензійних угод і швидкості виконанню ліцензійних угод.

7. В останні роки всі частіше практика економічного співробітництва здійснюється за формулами: «технології – послуги – обладнання», тоді як раніше українські підприємства здійснювали взаємообмін наступним чином «обладнання – послуги – технології». Таким чином, устаткування, матеріали стають товарами, що супроводжують постачанням знань і послуг які є першочерговими та найбільш важливими для виробничих підприємств.

8. Орієнтація науково-технічної політики підприємств не тільки на розробці нових технологій, а і на швидкому своєчасному їхньому застосуванні, що робить закупівлю інноваційних технологій більш вигідною операцією, чим їх власна розробка та довготривалі наукові дослідження.

Дійсно, при усій вигоді торгівлі технологіями для ліцензіара звичайно велика частина прибутку (до 3/4) залишається в ліцензіата, а ліцензіарові дістається менша (близько 1/4) частина. Звичайно (у 80-90% випадків) ліцензіат розплачується за ліцензію після того, як виготовить і реалізує продукцію. Тому для закупівлі ліцензій ліцензіатові не потрібно значних коштів. До переваг стратегії, орієнтованої на закупівлю ліцензій, відносяться:

– скорочення термінів освоєння новітньої технології й одержання значного економічного ефекту за

рахунок більш раннього введення нової техніки в промислову експлуатацію;

– можливість у короткий термін задовольняти потреби в новій техніці та технологіях;

– поява здатності активно протистояти конкурентам, забезпечуючи високий рівень і якість розроблюваної і виробленої продукції;

– економія засобів і часу на проведення власних науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт (НДДКР);

– можливість скорочення витрат виробництва шляхом організації технологічного кооперування з ліцензіарами й іншими фірмами, які є лідерами у виробництві наукомістких товарів;

– можливість скорочення валютних витрат за рахунок виробництва ліцензійної продукції замість її імпорту та набуття досвіду у проведенні науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт.

**Висновки.** Таким чином, широкий і всебічний обмін інноваційними технологіями на основі закріплення міжфірмових коопераційних угод призводить до значного економічного зростання, який можливо оцінити не тільки величиною отриманого прибутку, але він має і великі соціальні-економічні наслідки, які призводять до поширення ринку збуту продукції.

Сучасний період розвитку української економіки характеризується активним пошуком заходів щодо нарощування й відновлення промислового потенціалу підприємств. Однак відсутність комплексності в проведенні економічної політики не дає змогу забезпечити прискорений ріст вітчизняних підприємств і підвищення ефективності їх діяльності.

Реструктуризація підприємств при ефективному формуванні та використанні механізмів інноваційного оновлення виробництва повинна сприяти підвищенню конкурентоспроможності вітчизняного виробничого потенціалу й проведенню на новому рівні структурних перетворень у промисловості України.

#### Список використаних джерел

1. Андрощук Г., Крайнів П., Кавас І. Право інтелектуальної власності: торгові аспекти. Київ: ВД «Ін Юре», 2000. 200 с.
2. Бажал Ю. М. Знанева економіка: теорія і державна політика. *Економіка і прогнозування*. 2003. № 3. С. 77-84.
3. Барнз В., Ледебур Л. Нові регіональні економіки: пер. з англ. Львів: Літопис, 2003. 196 с.
4. Бондар Ю. А., Легінькова Н. І. Особливості комунікаційного процесу в управлінні підприємством. *Науковий вісник Львівської академії. Серія: Економіка, менеджмент та право*. 2021. Вип. 3-4. С. 15-22. DOI: <https://doi.org/10.33251/2707-8620-2021-3-4-15-21>.
5. Бондар Ю. А., Дорошенко Т. М. Економічна безпека підприємства як фактор забезпечення ефективності зовнішньоекономічної діяльності. *Розвиток методів управління та господарювання на транспорті*. 2022. № 1 (78). С. 70-82. DOI: <https://doi.org/10.31375/2226-1915-2022-1-70-82>.
6. Волинський Г. Про конкурентні переваги в умовах глобалізації. *Економіка України*. 2006. № 12. С. 68-73.
7. Волков О. І., Денисенко М. П. Економіка і організація інноваційної діяльності: підручник. Київ: ВД «Професіонал», 2004. 357 с.

8. Воронюк А., Поліщук А. Актуальний інтернет-маркетинг. Київ: «Агентство «ІРІО», 2018. 160 с.
9. Гальчинський А. С., Геєць В. М., Кінах А. К., Семиноженко В. П. Інноваційна стратегія українських реформ. Київ: Знання України, 2002. 326 с.
10. Геєць В. М. Характер перехідних процесів до економіки знань. *Економіка України*. 2004. № 4-5. С. 4-12.
11. Гуцалюк О. М. Економічне обґрунтування процесу утворення корпоративних інтеграційних об'єднань. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: «Економіка»*. 2016. Вип. 1 (47). Т. 2. С. 330-334.
12. Гуцалюк О. М. Інтеграційні аспекти стратегічного планування розвитку акціонерного товариства. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. Вип. 11. С. 322-327.
13. Гуцалюк О. М. Інноваційна складова в управлінні ефективністю інтеграційних перетворень корпоративних підприємств. *Вісник Одеського національного університету. Серія: «Економіка»*. 2017. Т. 22. Вип. 10 (63). С. 102-108.
14. Лапко О. Інноваційна діяльність в системі державного регулювання. Київ: ІЕП НАН України, 1999. 254 с.
15. Hutsaliuk, O. M. (2016). Ekonomichne obgruntuvannya protsesu utvorennia korporatyvnykh intehratsiinykh obiednan [Economic security of the enterprise as a factor of ensuring the efficiency of foreign economic activity]. *Rozvytok metodiv upravlinnia ta hospodariuvannia na transporti – Development of transport management and management methods*, 1 (78), pp. 70-82. DOI: <https://doi.org/10.31375/2226-1915-2022-1-70-82> [in Ukrainian].
16. Volynskyi, H. (2006). Pro konkurentni perevahy v umovakh hlobalizatsii [About competitive advantages in the conditions of globalization]. *Ekon. Ukr.*, 12, pp. 68-73 [in Ukrainian].
17. Volkov, O. I., Denysenko, M. P. (2004). Ekonomika i orhanizatsiia innovatsiinoi diialnosti [Economics and organization of innovative activity]. Kyiv, "Professional". 357 p. [in Ukrainian].
18. Voroniuk, A., Polishchuk, A. (2018). Aktualnyi internet-marketynh [Current internet marketing]. Kyiv, "IPIO Agency". 160 p. [in Ukrainian].
19. Halchynskiy, A. S., Heiets, V. M., Kinakh, A. K., Semynozhenko, V. P. (2002). Innovatsiina stratehiia ukraïnskykh reform [Innovative strategy of Ukrainian reforms]. Kyiv, Znannia Ukrainy. 326 p. [in Ukrainian].
20. Heiets, V. M. (2004). Kharakter perekhidnykh protsesiv do ekonomiky znan [The nature of transitional processes to the knowledge economy]. *Ekon. Ukr.*, 4-5, pp. 4-12 [in Ukrainian].
21. Hutsaliuk, O. M. (2016). Ekonomichne obgruntuvannya protsesu utvorennia korporatyvnykh intehratsiinykh obiednan [Economic justification of the process of formation of corporate integration associations]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho universytetu. Serii: Ekonomika – Scientific Bulletin of Uzhhorod University. Series: Economy*, Issue 1(47), Vol. 2, pp. 330-334 [in Ukrainian].
22. Hutsaliuk, O. M. (2016). Intehratsiini aspekty stratehichnoho planuvannia rozvytku aktsionernoho tovarystva [Integrative aspects of strategic planning of joint-stock company development]. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky – Global and national economic problems*, 11, pp. 322-327 [in Ukrainian].
23. Hutsaliuk, O. M. (2017). Innovatsiina skladova v upravlinni efektyvnosti intehratsiinykh peretvoren korporatyvnykh pidpriemstv [An innovative component in managing the effectiveness of integration transformations of corporate enterprises]. *Visnyk Odeskoho natsionalnoho universytetu. Serii: «Ekonomika» – Bulletin of Odessa National University. Series: "Economics"*, Vol. 22, Issue 10 (63), pp. 102-108 [in Ukrainian].
24. Lapko, O. (1999). Innovatsiina diialnist v systemi derzhavnoho rehuliuвання [Innovative activity in the system of state regulation]. Kyiv, IIE of NAS of Ukraine. 254 p. [in Ukrainian].

#### References

1. Androschuk, H., Krainiev, P., Kavas, I. (2000). Pravo intelektualnoi vlasnosti: torhovi aspekty [Intellectual property law: trade aspects]. Kyiv, "In Yure". 200 p. [in Ukrainian].
2. Bazhal, Yu. M. (2003). Znaneva ekonomika: teoriia i derzhavna polityka [Knowledge economy: theory and public policy]. *Ekonomika i prohnozuvannia – Economics and forecasting*, 3, pp. 77-84 [in Ukrainian].
3. Barnes, V., Ledebur, L. (2003). Novi rehionalni ekonomiky [New regional economies]. Trans. from English. Lviv, Litopys. 196 p. [in Ukrainian].
4. Bondar, Iu. A., Lehinkova, N. I. (2021). Osoblyvosti komunikatsiinoho protsesu v upravlinni pidpriemstvom [Peculiarities of the communication process in enterprise management]. *Naukovyi visnyk Lotnoi akademii. Serii: Ekonomika, menedzhment ta pravo – Scientific Bulletin of the Flight Academy. Series: Economics, management and law*, 3-4, pp. 15-22. DOI: <https://doi.org/10.33251/2707-8620-2021-3-4-15-21> [in Ukrainian].
5. Bondar, Iu. A., Doroshenko, T. M. (2022). Ekonomichna bezpeka pidpriemstva yak faktor zabezpechennia efektyvnosti zovnishnoekonomichnoi diial-

Стаття надійшла до редакції 25.04.2024

#### Формат цитування:

Гуцалюк О. М., Василенко В. А., Вірієнко І. С. Впровадження інноваційних технологій маркетингового менеджменту в інтеграційну діяльність корпоративних підприємств. *Вісник економічної науки України*. 2024. № 1 (46). С. 118-123. DOI: [https://doi.org/10.37405/1729-7206.2024.1\(46\).118-123](https://doi.org/10.37405/1729-7206.2024.1(46).118-123)

Hutsaliuk, O. M., Vasilenko, V. A., Viriienko, I. S. (2024). Implementation of Innovative Marketing Management Technologies in the Integration Activities of Corporate Enterprises. *Visnyk ekonomichnoi nauky Ukrainy*, 1 (46), pp. 118-123. DOI: [https://doi.org/10.37405/1729-7206.2024.1\(46\).118-123](https://doi.org/10.37405/1729-7206.2024.1(46).118-123)

