

ТЕОРІЯ ВЗАЄМОДІЇ В ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСАХ

<https://doi.org/10.23939/semi2020.02.165>

© Лісовська Л. С., 2020

Досліджено та обґрунтовано авторську теорію взаємодії у інноваційних процесах. Доведено необхідність перегляду положень сучасних теорій у сучасних умовах, оскільки вони ускладнюють можливості та призводять до неефективності використання для здійснення інноваційних процесів на різних рівнях. Розвиток інноваційного процесу визначається показниками налагодження взаємодії між етапами та учасниками інновацій.

Досліджено основні теорії економічного та особистісного розвитку, наявні в інформаційному полі менеджменту та інноватики. Автор дослідила теоретичні положення теорій особистісного розвитку, теорій інноваційного розвитку, теорій взаємодій та теорій партнерства, теорій інноваційної співпраці. Проаналізовано основні теоретичні внески цих теорій, а також можливість їх використання для формування авторської теорії взаємодії у інноваційних процесах.

На підставі аналізування і виконаних досліджень автор виокремила положення теорії взаємодії у інноваційних процесах, які враховують зміну парадигми інноваційного процесу, еволюцію моделей інноваційних процесів, види взаємодій у інноваційних процесах. Авторська теорія містить визначення постулатів, гіпотез та очікуваних результатів. Розроблену теорію можна використовувати як підґрунтя для забезпечення інноваційного розвитку регіонів та країни за умови формування та реалізації дієвого механізму налагодження взаємодії між учасниками інноваційного процесу.

Ключові слова: теорія; інноваційний розвиток; постулати; гіпотеза; взаємодія; взаємодія у інноваціях; інноваційний процес; відкриті інновації.

Постановка проблеми

Складність економічних процесів, швидкість та непередбачуваність зміни факторів зовнішнього середовища, відкритість кордонів як між окремими країнами, так і між окремими конкурентами, збільшення рівня креативності бізнес-процесів на ринках товарів і послуг ускладнюють можливості та призводять до неефективності використання класичних методів та інструментів здійснення інноваційних процесів на різних рівнях.

Учасники-організації, які просувають різні форми взаємодії у інноваційних процесах, здобувають конкурентні переваги від доступу до різних можливостей та знань, підвищення їхньої конкурентоспроможності та прискорення інноваційного процесу. З одного боку, це дає можливість невеликим компаніям, таким як стартапи, співпрацювати із іншими гравцями, доповнюючи один одного та користуючись різними перспективами та ресурсами. З іншого боку, це допомагає великим компаніям прискорити свій інноваційний процес та вихід на ринок, подолавши бюрократію та негнучкі процедури.

Використання відкритих інноваційних моделей впливає на появу нових джерел прибутку, а також зменшення витрат на ДКР та НДР порівняно із традиційними (закритими) інноваційними моделями за рахунок залучення зовнішніх джерел знань [1, с. 90].

Зокрема, малі та середні підприємства Китаю зазначають, що використання моделі відкритої інноваційної діяльності на підприємстві надає такі основні переваги, як прискорення процесу розроблення нової продукції, зменшення витрат на НДР і ДКР та сприяння швидшому виходу нової продукції на ринок. Водночас підприємства Фінляндії більш закриті для використання зовнішніх знань, а швидку появу нових ідей, продуктів та послуг вважають основною перевагою використання моделі відкритої інноваційної діяльності [2, с. 3].

Згідно із Національною системою розвитку інновацій (NIS) для забезпечення ефективної взаємодії та, відповідно, створення підсистеми постачання інновацій великі підприємства повинні взаємодіяти безпосередньо із малими і середніми підприємствами, а також новими технологічними компаніями “у рамках узгодженої політики, координацію якої забезпечують різні державні політики, що полегшують ефективний розвиток та взаємодію між інституціями, а також сприяють інноваційній діяльності у державному та приватному секторах” [3, с. 8].

Налагодження взаємодії у економічних процесах – це засаднича умова інноваційного розвитку країни, регіону. Підтвердженням наведеної тези слугують положення концепції “відкритого інноваційного процесу” Ю. О. Нікітіна, М. В. Мельник, у яких підкреслено важливість двосторонніх процесів руху знань з метою задоволення нових потреб суспільства та підвищення ефективності за рахунок використання сполученого напряму розвитку організаційної зрілості учасників [4, с. 43].

Відтак, очевидною стає залежність розвитку інноваційних процесів від забезпечення взаємодії у різних формах.

Аналіз останніх досліджень та публікацій, постановка завдання

Напрацювання вчених – це численні праці, у яких вивчено технології та інструменти процесу мислення. Вагомий внесок у дослідження особливостей та виокремлення різних типів мислення зробили такі зарубіжні та вітчизняні науковці, як Д. Б. Богоявленська [5], В. Н. Дружинін [6], В. О. Зайчук [7], М. С. Корольчук [8], С. Д. Максименко [9], І. І. Свидрук [10] та ін.

Теорії творчості, у яких вивчається проблематика організаційної творчості, вважають одним із найактивніше досліджуваних напрямів у теорії менеджменту та інноватики. Її дослідники стверджують, що це основний засіб розвитку організаційної діяльності, основа для перебування на ринку та інноваційного успіху. Андерсон та його колеги [11, с. 1299] виділили три відмінності між креативністю та інноваціями. Clydesdale [12, с. 131] розглянув відмінність із мотиваційного погляду і стверджував, що креативність зумовлена внутрішніми мотивами, тоді як інновації керуються зовнішніми стимулами та “необхідністю перевершити попередні позиції”. Runco [13, с. 17] застосував теорію балансу оригінальності до ефективності, щоб диференціювати ці дві концепції.

Серед дослідників концепцій управління знаннями потрібно згадати праці Е. Скішипек, яка вивчає моделі управління знаннями [14, с. 190], Л. Пан, Н. Сисенко, О. Абрамович, які досліджують організації, що самонавчаються, так звані learning organization [15, с. 12].

Взаємозв'язок розвитку теоретичних аспектів якості та підвищення ефективності управління підприємством в умовах інноваційного економічного розвитку вивчав Ю. Ю. Швець [16, с. 8].

Теорії конкурентоспроможності розглядають поняття конкурентоспроможності підприємства, конкурентних переваг, їх класифікацію, визначають роль та значення стратегічного управління у досягненні конкурентоспроможності підприємства. Традиційні підходи до розгляду конкурентів як ринкових противників у сучасних умовах неактуальні. Системи взаємодії у інноваційних процесах залучають до спільної діяльності конкурентів, а конкуренція виникає за ресурси в межах однієї системи. У сучасних дослідженнях з'явився термін “інноваційна кооперація” – кооперація з

конкурентами для досягнення поставлених цілей, які об'єднують зусилля в умовах викликів та можливостей технологічного середовища (швидкість технологічних змін, конвергенція технологій), необхідності значних обсягів витрат на дослідження та розробки, необхідні для створення і ринкового просування інновацій, ресурси та компетенції потенційних партнерів [17, с. 312].

Розглянуті теорії та концепції відображають різні аспекти інноваційного та особистісного розвитку, проте не дають змоги обґрунтувати цілісно взаємозв'язок між досягненням особистих завдань окремої особи та організації в ієрархії завдань інноваційного процесу та налагодженням спільного виконання етапів творення інновацій.

Цілі та завдання дослідження

Мета статті – формування положень теорії взаємодії у інноваційних процесах, яка ґрунтується на основних теоріях розвитку особистості, організації, теоріях взаємодій та теоріях інноваційного розвитку. Основні твердження розробленої теорії взаємодії у інноваційних процесах повинні враховувати підходи та концептуальні основи сучасної парадигми інноваційного процесу, еволюції моделей інноваційних процесів, концептуальні основи взаємодій у інноваційних процесах.

Виклад основного матеріалу

Через розвиток особистості та організації відбувається розвиток громади, суспільства загалом. З одного боку, суттєві виклики постають перед кожною особистістю зокрема, яка формує творчі ідеї та реалізує свій потенціал розвитку самостійно або в межах організації. Розвиток кожної особистості самостійно або розвиток у межах організації можливі лише через взаємодію з іншими суб'єктами або явищами. Процес взаємодії передбачає налагодження та реалізацію обміну певними ідеями, тобто відкритість та прозорість взаємин.

Така відкритість особи, організації та країн створює перешкоди для монопольної реалізації потенціалу комерціалізації творчої ідеї, проте формує перспективи для самореалізації особистості, організаційної творчості та використання потенціалу організації, регіону, країни.

Дуалізм відкритих моделей здійснення інноваційних процесів потребує перегляду класичних основ інноватики на засадах забезпечення розвитку творчої особистості, колективу творчих людей, потенціалу регіону та країни. Проблема розвитку потенціалу кожного з названих суб'єктів повинна бути вирішена та окреслена у площині пошуку, налагодження та реалізації взаємодії між суб'єктами різних рівнів. Вирішити названі проблеми можна лише на основі концепції відкритих інновацій, яка визначає основні елементи формування взаємодії у інноваційних процесах.

Отже, для формування теорії взаємодії у інноваційних процесах доцільно використовувати види теорій, подані на рис. 1, які згруповано за змістовим наповненням та подано в послідовності зростання впливу на параметри інноваційного розвитку.

Наукове значення здійсненого класифікування полягає у такому:

1. Виокремлення пріоритетів побудови теорії у ланцюгу “особа–організація–взаємодія–інновації–інноваційне співробітництво”.
2. Визначення місця і значення елементів системи взаємодії у побудові та розвитку інноваційних процесів.
3. Обґрунтування ієрархії критеріїв та субкритеріїв оцінювання ефективності формування та розвитку взаємодії у інноваційних процесах.

Подані групування теорій розвитку тісно переплетені, існують та співвідносні із ідеями розвитку особистості у глобалізаційному світі на засадах творчої реалізації особистості через налагодження спільного виконання етапів інноваційного процесу, за збереження автономності та незалежності мислення, творчості особистості, організації, регіону, країни.

Виділені для дослідження групи теорій стали вагомим внеском у створення сучасної бази наукових досліджень, проте з погляду їхнього долучення до формування нової теорії взаємодії у інноваційних процесах можна виділити певні пріоритети, недоліки та базові твердження, подані в табл. 1.

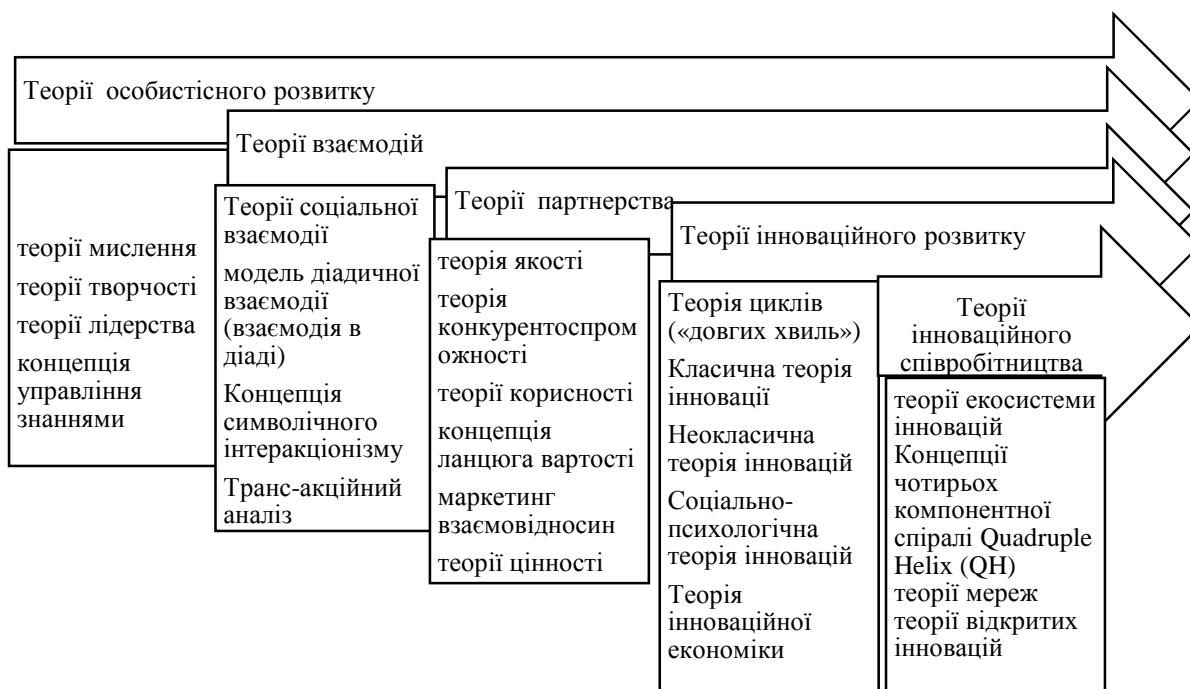


Рис. 1. Базові групи для формування теорії взаємодії у інноваційних процесах*
* Сформувала автор на основі [12, 15, 16, 21, 28, 29, 32].

У табл. 1 подано відомості, згруповані так, щоб обґрунтувати спадковість та взаємозалежність різних груп теорій.

Щодо теорій особистого розвитку спершу доцільно звернутися до розгляду теорій мислення. Ефективність діяльності працівника, особливо залученого до наукового та інноваційного процесу, зумовлена ступенем відповідності його типу мислення умовам і цілям роботи, визначає можливості для реалізації власного інтелектуального потенціалу, вміння формувати команди однодумців і групи дослідників за необхідними характеристиками. Крім того, теорії мислення є базисом для вибору напрямів розвитку здібностей у галузі мислення, розроблення програм навчання і професіоналізації та забезпечення їх ефективної реалізації.

В інноваційному процесі мислення людини виконує такі основні функції [18, с. 210]: пізнавальну (відображення світу), проєктувальну (формування планів, проєктів, моделей практичної та теоретико-пізнавальної діяльності), прогностичну (прогнозування чи передбачення наслідків власних дій, прогнозування майбутнього), інформаційну (засвоєння інформації про знання та його смислове перероблення), технологічну (розроблення правил, норм, стандартів життєдіяльності людини і суспільства в різних формах і проявах), рефлексивну (самопізнання, самоаналізування), інтерпретаторську (тлумачення, осмислення продуктів людської культури), аналітичну й синтетичну.

Теорії творчості вивчають проблеми формування та налагодження організаційної творчості. Організаційну творчість у цьому дослідженні розуміємо як процес продукування нових ідей для створення цінного, корисного нового продукту (послуги, ідеї, процедури або процесу) окремими особами, що працюють разом у складній соціальній відкритій системі [19, с. 98].

Інновації формуються і створюються у результаті інтелектуальної діяльності особи або групи осіб, відповідно, характер розумової діяльності може або повинен містити креативний аспект. Феномен креативності наявний повністю на етапах наукових досліджень, проте повинен бути притаманним усьому процесу формування та реалізації нової ідеї, особливо у моделях інноваційного процесу п'ятого та шостого покоління. Креативність часто розглядають як перший крок до інновації, оскільки креативність фокусується на ідеї, а інновації – на реалізації ідеї.

Розвиток теорій лідерства у сучасному бізнес-середовищі достатньо активний, оскільки високоефективне лідерство дає змогу витримувати високий рівень конкуренції, а інші учасники прагнуть наслідувати успішного лідера. Лідерство – поведінка лідерів та ефективність роботи працівників тісно пов'язані. Позитивні стосунки між лідерами та працівниками корисні для розвитку організаційної творчості. Крім того, коли лідер може ефективно вирішувати проблеми творчим способом, мотивація працівників до знаходження креативних рішень теж вища. У середовищі, де потрібні творчі ідеї, існує позитивна кореляція між підтримувальним ставленням лідерів та творчістю працівників. Творчість працівників пов'язана зі спробами керівників зрозуміти їхні почуття та емоції.

Аналіз актуальних теорій лідерства дав змогу виділити чотири основні напрями розвитку: філософсько-політологічний, соціально-психологічний, напрям у менеджменті, напрям ціннісних теорій. Р. В. Сопівник зазначає про існування у розвитку теорій ланцюга ретроспективи від конкретних до інтегративних (теорія рис → ситуативна теорія → системна теорія) [20, с. 110].

Згодні із думкою, що теорії ціннісного лідерства сьогодні найперспективніші у сучасних умовах [21, с. 177], тому критерії ефективного лідерства, які доцільно залучити до формування теорії взаємодії, – це наділення членів групи певними аспектами влади та залучення до прийняття рішень.

Однією із головних лідерських функцій в інноваційних процесах можна назвати формування групових цінностей. На основі цінностей, які прийняли індивід або група, встановлюють норми поведінки, метою яких є збереження та відтворення цих цінностей.

Управління знаннями – концепція, побудована на реалізації процесів, які оперують генеруванням, дифузиею, трансформацією, використанням знань. Такі процеси є основоположними для теорії відкритих інновацій, тому технології спільного продукування нових знань організаціями та інноваційними спільнотами варто вважати дуже перспективними.

На сучасному етапі існує три школи управління знаннями: через використання інформаційних технологій; розвиток організаційного ноу-хау; розвиток організаційної культури та впровадження командної роботи.

На думку А. С. Полянської, у сучасному динамічному світі резерви підвищення ефективності управління слід шукати в самих людях, у кожній людині, у використанні її інтелектуальних, творчих і вольових можливостей [22, с. 4], а Л. Г. Ліпич, О. А. Хілуха, М. А. Кушнір називають персонал депозитаріями знань [23, с. 232].

У теоріях соціальної взаємодії досліджують системи соціальних дій, що є взаємозумовленими, дії одних суб'єктів (індивіда, групи, спільноти) одночасно є причиною і наслідком відповідних дій інших. Тому важливо долучити положення теорій соціальної взаємодії до формування теорії взаємодії в інноваційних процесах, адже у ході соціальної взаємодії реалізуються дії партнерів, відбувається взаємне пристосування дій кожного з них, досягається однотайність у розумінні ситуації, усвідомленні її смислу дій, певний ступінь солідарності між ними.

На наш погляд, модель діадичної взаємодії (взаємодія у діаді) найдоцільніше застосовувати у розробленні теорії взаємодії, оскільки вона передбачає дослідження й обґрунтування участі та цінності у системах взаємодії. Дуже корисна для розвитку взаємодії у інноваційних процесах позиція прихильників транзакційного аналізу, оскільки вони досліджують міжособистісні позиції партнерів у динаміці.

Термін “корисність” означає можливість задоволення певних потреб індивіда. Корисність дає змогу оцінити задоволеність замовника, характеризує сприйняття останнього ступеня виконання його потреб або очікувань під час використання (споживання) продукту.

Претензії замовника є показником низького рівня задоволеності замовника, але їхня відсутність не обов'язково свідчить про високий рівень задоволеності замовника. Навіть якщо вимоги замовника було узгоджено з ним та виконано, це ще не є неодмінною гарантією високого рівня задоволеності замовника.

Однією із найважливіших складових теорії взаємодії повинна стати теорія корисності, положення якої дають змогу краще зрозуміти мотивацію та поведінку особистості. Серед тенденцій розвитку теорії корисності варто виділити її застосування у вирішенні доволі широкого кола економічних проблем.

Сам термін “корисність” ввів в обіг англійський філософ І. Бентам. Подальшим розробленням окремих аспектів теорії корисності займалися Ж.-Б. Сей, Л. Вальрас, А. Маршал. Дослідників теорії корисності умовно можна поділити на дві групи (течії): ординалісти та кардиналісти. Основною відмінністю між ординалістським та кардиналістським підходом до корисності є відповідь на питання щодо можливості вимірювання корисності.

Методи та інструменти теорії корисності повинні використовуватись для оцінювання рівня результатів інноваційного процесу для її учасників, визначення рівня корисності налагодження взаємодії з іншими учасниками.

Розпізнаний рівень корисності інноваційного продукту визначає очікуваний рівень корисності інноваційної продукції та формує критерії для налагодження партнерства і здійснення спільної інноваційної діяльності, показники ефективності та результативності інноваційної діяльності суб'єктів процесу.

У ракурсі формування теорії взаємодії варто уваги механізми та твердження теорії “ланцюга створення вартості”, яку в контексті інноваційної діяльності можна трактувати як систему функцій, які створюють споживчу вартість і додану вартість [24, с. 114].

Ланцюг охоплює роботи та етапи, а відповідно, забезпечує управління від генерування ідей до комерціалізації інновацій на ринку. Кількість та структура учасників ланцюга створення вартостей залежать від виду діяльності, рівня радикальності інновації та рівня стратегічного потенціалу організації, а також дають змогу узгодити інтереси різних учасників інноваційної діяльності. Стратегічними цілями управління у ланцюгу створення вартості є підвищення корисності та ефективності виконання функцій і завдань етапів інноваційного процесу загалом. Взаємодія перетворює, перебудовує інноваційний процес на окремі етапи, які стають формою спільної діяльності.

Забезпечення дієвості взаємодії в інноваційних процесах супроводжується переосмисленням значення та ролі партнера як суб'єкта процесу, який розділяє відповідальність та вносить свою форму співучасті у творення інновації. Тому до групи теорій партнерства зараховуємо: теорії якості, теорії конкурентоспроможності, теорії корисності, концепцію ланцюга вартості, теорії цінності та положення маркетингу взаємовідносин.

Менеджмент якості тісно взаємопов'язаний із інноваційною діяльністю, а підвищення рівня якості продуктів або забезпечення необхідного (достатнього) рівня здійснюється через інновації.

Класичні методи менеджменту якості ґрунтуються на технічних підходах (широке використання статистичних методів оброблення інформації, фізичних методів контролю якості) та широкому застосуванню методів управління. Сучасні методи менеджменту якості відрізняються соціальною спрямованістю у широкому сенсі й найповніше відображені в концепції “загального управління якістю”. Менеджмент якості стає менеджментом взаємовідносин зі споживачами послуг, цілеспрямованим перманентним процесом із формування і розвитку відносин, основаних на бажанні досягти взаємовигідних рішень. Сучасний етап розвитку суспільства характеризується необхідністю упровадження трирівневої моделі СУЯ. До двох рівнів ISO 9001:2000 (удосконалення продукту та удосконалення СУЯ) сьогодні додається третій – інноваційний розвиток організації [25, с. 5].

Варто зазначити, що складові механізму забезпечення якості тісно переплетені із елементами інноваційного розвитку, оскільки слугують цілями і методами створення необхідного споживачам продукту, а взаємодія із іншими учасниками інноваційного процесу дає змогу досягти бажаної сукупності вигод від придбання та використання інновації.

Таблиця 1

Типологія теорій розвитку для формування теорії взаємодії*

1	Теорії (концепції)	Представники	Ключові напрями для формування теорії
	2	3	4
Теорії особистісного розвитку	Теорії мислення	Перре-Клермон, Ж. Піаже, Ж. Адамар, О. Зельц, М. Вертхаймер, Р. Вудворте, М. Вертхаймер, Р. Вудворте, К. Дункер, О. Зельц, З. Калмикова, Г. Ліндсей, А. Лук	Апріорно існуючі інтелектуальні здібності – задачки, зб'язок мислення з причинно-наслідковими зв'язками, розвиток мислення у філогенезі та онтогенезі, творче мислення виявляє себе вже під час постановки завдання, його перебіг своєрідний
	Теорії творчості	Вудман, Томіч, Чой, Маджар та Юн, Чжоу, Рен, Амабіле, Сандгрєн, Стихре	Джерела та чинники активізації креативності, моделі розвитку креативних здібностей, успіх стратегії організації визначаються конфігурацією його ресурсів та навичок, а також здатністю постійно набувати нових ресурсів і створювати нові їх конфігурації
	Теорії лідерства	Дж. Б. Берд, Г. Персон, Р. Стогдділ, Т. Хілтон Шнейдер, К. Аргіріс, В. Врум, Г. Міндберг, Р. Лайкерг, К. Левін, Д. Макгрегор	Якості та риси ефективного лідера, поява певного типу лідера залежать від ситуації, у яку потрапляє група чи індивід (лідер), пріоритетів цінностей як детермінант взаємодії лідерів і членів групи
	Концепція управління знаннями	А. С. Поляська, Л. Г. Ліпич, О. А. Хлуха, М. Кушнір, Л. Пан, Н. Сисенко, О. Абрамович	Прихильники цього напрямку управління знаннями зосереджуються на аналізі людського потенціалу як основному носії знань в організації. Базою для генерування знань є розвиток інтелектуального потенціалу
	Теорії соціальної взаємодії	Дж. Хоманс, Дж. Мід, Е. Гоффман, Т. Парсонс, М. Вебер, Т. Парсонс	Розвиток мотивційної інтеграції, що виникає внаслідок набуття особистістю певних ціннісних якостей, якими характеризується групова свідомість, пошук домінуючих чинників мотивації дій
	Модель діадичної взаємодії (взаємодія в діаді)	Дж. Гібо, Г. Келлі	Взаємодія обґрунтовується через з'ясування наявності чи відсутності вигоди; кожен учасник оцінює взаємодію за знаком і величиною результату, який є сумою винагород і втраг внаслідок обміну діями; взаємодія продовжуватиметься, якщо винагороди її учасників перевищуватимуть втрати; отримання вигоди для учасника ускладнюється можливістю учасників впливати один на одного, тобто контролювати винагороди і втрати
Теорії взаємодії	Концепція символічного інтеракціонізму	Дж.-Г. Мід	Особистість формується у взаємодії з іншими людьми; механізмом цього процесу є контроль дій особистості, в основі якого уявлення оточення про людину
	Трансакційний аналіз	Б.Берн	Взаємодія розвивається через динаміку міжособистісних позицій партнерів, ефективна, якщо трансакції збігаються (є "додатковими"), а також за умови адекватного розуміння ситуації й адекватного стилю дій у ній

Продовження табл. 1

1	2	3	4
Теорії партнерства	Теорія якості	Е. Деминг, Дж. М. Джуран, А. Фейгенбаум, К. Ісікава	Показники якості продукції розглядають як узагальнювальні критерії управління, показники якості процесів – як локальні; забезпечення управління вимогами споживачів повинно здійснюватися за цілями відповідних процесів формування якості; необхідно враховувати й аналізувати можливі види розбіжностей під час оцінювання об'єктів якості різними суб'єктами та за складовими сприйняття якості ("очікування, вимоги – процес", "очікування, вимоги – результат", "процес – результат", "очікування, вимоги – очікування, вимоги" тощо)
	Теорія конкурентно-спроможності	Б. Буркіньський, М. Єрмошенко, О. Запунний, П. Перерва, Й. Петрович, Я. Плоткін, А. Старостіна, В. Шинкаренко, Е. Голубков, Г. Азгальдов, Ф. Котлер, Ж.-Ж. Ламбен, М. Портер, Е. Райхман	1. Конкуренція є найефективнішим контролером використання обмежених ресурсів, змушує підприємства систематично впроваджувати нові технології, підвищувати продуктивність праці, знижувати ціни на товар, поліпшувати його якість; конкурентоспроможність характеризується не лише як результат, але і як динамічний, мультиатрибутивний процес, що можна описати відповідними кількісними параметрами і подати як об'єкт розроблення і реалізації стратегії інноваційного розвитку
	Теорії корисності	І. Бентам, Ж.-Б. Сей, Л. Вальрас, А. Маршал	Встановлення факторів, якими визначається корисність благ, відношення між потребами і засобами їх задоволення, оцінювання рівня корисності проміжних та завершальних результатів інноваційного процесу
	Концепція ланцюга вартості	Н. І. Чухрай, С. В. Крикавський, Я. Криворучко, Г. Джереффі, С. Фредерік, С. Барієнтос, І. Ю. Гужва, А. І. Ігнатюк	Завдання менеджера – удосконалення ланцюга створення вартості, зниження витрат, які пов'язані з виконанням відповідних видів діяльності, підвищення продуктивності. Оптимальна структура ланцюга створення вартостей залежить насамперед від виду галузі та тих вартостей, які пропонує підприємство
	Теорії цінності	Д. Рікардо, А. Сміт, А. Чубал, П. Друкер, Ф. Котлер, Т. Левітт, П. Блайк, В. Руделлус, Я. Отто, К. Прахалад, В. Рамасвами, Н. Чухрай, М. Шимура-Тиц	Підвищувати цінність блага можна, впливаючи на структуру споживчої цінності: що більший обсяг певного блага має людина, то меншу ціну готова за нього платити; впливаючи на цінність блага, можна впливати на його ціну
	Маркетинг взаємовідносин	В. Н. Татаренко, Н. І. Мелентьєва, Ю. Н. Соловйова, О. У. Юлдашева	Зосередження на відносинах із партнерами, збереження лояльності у вже налагоджених стосунках, створення нових партнерств, побудова раціональних (оптимальних) систем взаємодії, які повинні ґрунтуватися на принципах управління відносинами із клієнтами
Теорії інноваційного розвитку	Теорія циклів ("довгих хвиль")	К. Маркс, М. Туган-Барановський, М. Кондратьєв	Зв'язок довгих хвиль з науково-технічними відкриттями, винаходами та їх упровадженням, оновлення "основних матеріальних благ" відбувається не плавно, а стрибками, і є матеріальною основою великих циклів кон'юнктури; причина технологічних змін – запити виробництва та створення таких умов, за яких уможливилося впровадження нових технічних засобів, використання винаходів
	Класична теорія інновації	Й. Шумпетер	Нововведення з'являються в економічній системі не рівномірно, а у вигляді майже одночасно освоюваних послідовних новацій – кластерів – сукупності базисних нововведень, що визначають технологічний устрій економіки протягом тривалого часу

Закінчення табл. 1

1	2	3	4
	Неокласична теорія інновацій	Г. Менш, Б. Твісс, Барнетт, Е. Менсфілд, Роджерс	Можливий розвиток та загальні тенденції зростання реальних змінних економіки та досягнення нею стійкого збалансованого зростання через накопичення капіталу та взаємозв'язок між двома основними факторами виробництва (працею і капіталом) та змінами продуктивності – технічним прогресом
	Соціально-психологічна теорія інновацій	Е. Денісон, К. Фрімен	Пріоритетом в управлінні інноваційною діяльністю є людські відносини, а проблеми ролі особистості, поведінки, мотивації, рівня освіти, аналіз соціально-психологічних і організаційно-соціологічних чинників найважливіші для успіху інновацій
	Теорія інноваційної економіки	П. Друкер	Головною продукцією і головною "начинкою" усіх товарів і послуг є нові рішення; саме зростання економіки – безпосередній результат безперервних інноваційних змін
Теорія інноваційного співробітництва	Теорія екосистеми інновацій	Рон Аднер, Л. Федулова, О. Марченко	Для кожної інновації потрібно сформулювати свою екосистему із можливістю створення нових та перепроєктування наявних товарів та процесів з метою забезпечення руху інновацій по ланцюгу поставок без затримок. Переговорами між учасниками екосистеми забезпечується створення та виведення на ринок інновацій
	Концепція чотирьох компонентної спіралі Quadruple Helix (QH)	Дж. Досі, С. Майер, У. Блаас, Е. Менсфілд, Р. Мессер, Дж. Фрімден, Дж. Зільбермен	Налагодження взаємодії на основі визначених моделей дає змогу ліквідувати розриви між суспільством та інноваціями, розширення кола зацікавлених осіб підвищує цінність та корисність інновацій, збільшує трансфер інновацій у бізнес-середовище
	Теорії мереж	С. Б. Авдашева, Н. К. Моїсєєва, Г. Б. Клейнер, В. С. Катькало, В. І. Катеньов, С. П. Куш, О. А. Грет'як, О. У. Юлдашева	Взаємодія суб'єктів ринкової мережі може розглядатися як певна послідовність дій бізнес-партнерів із ранжирування цілей взаємодії та розроблення механізму їх досягнення, визначення рівнів управління цим процесом і формування конкретних управлінських рішень
	Теорії відкритих інновацій	Г. Гроссфелд, С. Кулдрянцева, Л. Названова, Т. Дж. А. Роландт, Н. Семенова, Д. Черваньов, Г. Чесбро	Реалізація принципів інтегрованої співпраці, співтворчості спільної вартості, вирощування інноваційних екосистем, розсіяних експоненційних технологій та їх надзвичайно швидкого засвоєння. Громадянин і користувач перестав бути об'єктом дослідження чи споживачем інновацій, а стає невід'ємною частиною інноваційного процесу

* Склала автор на основі [2, 5, 6, 9, 10, 11, 13, 17, 23, 25, 31].

Управління конкурентоспроможністю слід вважати тим комплексним і системним напрямом менеджменту, який забезпечує потенціал розвитку та реалізації конкурентних переваг суб'єкта на ринку. В змаганні на ринку здобуває перемогу той суб'єкт господарювання, який володіє перевагами та ефективно і добросовісно використовує їх. Однією із форм здобуття та забезпечення таких переваг є участь у створенні та використанні інновацій. Узагальнюючи напрацювання вітчизняних авторів, доходимо висновку, що конкурентоспроможними можна вважати економічних об'єктів (суб'єктів) із вищими рівнем конкурентних переваг і ступенем їх ефективного використання. Стратегічні цілі досягнення високого рівня конкурентоспроможності та досягнення цілей інноваційного розвитку – завдання однієї площини. Об'єктом управління конкурентоспроможністю у теорії взаємодії повинні стати процеси та діяльність щодо створення інновації.

Положення, принципи та механізми маркетингу взаємодії повинні використовуватись у процесах налагодження та розвитку систем взаємодії. Ця концепція наголошує на концентруванні на відносинах із партнерами, збереженні лояльності у вже налагоджених відносинах, створенні нових партнерств, побудові раціональних (оптимальних) систем взаємодії, які повинні ґрунтуватися на принципах управління стосунками із клієнтами.

Розвиток теорії споживчої цінності товару відбувався за такими чотирма етапами: трудова теорія вартості; нетрудова теорія вартості; традиційні концепції формування цінності та сучасні погляди щодо формування цінності [26, с. 75].

Варто зазначити, що сучасні дослідження теорій цінності доводять необхідність зміни акцентів від традиційних маркетингових концепцій створення додаткової цінності для споживача до концепції спільного творення цінності виробником та споживачем [27, с. 75].

Відповідно до основних положень теорії цінності відбувається зміна пріоритетів від забезпечення споживчої цінності до необхідності забезпечити цінності для всіх учасників творення благ, ускладнення процесу їх створення; поліпшення якості та збільшення довговічності товарів; створення дедалі більшої кількості споживчих вигод у формі послуг; зростання важливості нематеріальних чинників корисності тощо.

На концептуальній платформі маркетингу взаємодії компанії можуть розбудовувати й зміцнювати свої позиції у мережевих структурах – формувати, підтримувати обмінні взаємовідносини із партнерами. Такі взаємовідносини забезпечують компаніям доступ до ресурсів бізнес-партнерів [27, с. 104].

Теорії інноваційного розвитку повинні стати наріжним каменем побудови теорії взаємодії, оскільки акумулюють концепції та парадигми сучасного розуміння та сприйняття технологічних змін у житті суспільства. Оскільки перераховані теорії можна вважати широковідомими науковій спільноті, обмежимося у цьому дослідженні лише короткою характеристикою, поданою у табл. 1.

У групу теорій інноваційного співробітництва входять теорія екосистеми інновацій, концепція Quadruple Helix (QH), теорія мереж та теорія відкритих інновацій.

Як слушно зауважує Г. І. Лановська, “розвиток інноваційної співпраці й партнерства залежить від формування і стану інноваційних екосистем як середовища відкритих інновацій” [28, с. 259]. Рон Аднер обґрунтував поняття “екосистема інновацій”, яка об'єднує свої індивідуальні пропозиції організацій в інтегровані рішення, придатні для використання споживачем. Екосистема інновацій – це синергія держави, підприємницького та дослідницького середовищ із використанням організаційних, нормативних, навчально-методичних та фінансових ресурсів і запровадження механізму передавання знань з метою трансформації в інноваційні продукти [29, с. 110].

В екосистемі інновацій різні учасники ринку працюють спільно у межах інноваційних процесів, функціонально взаємопов'язані інформаційним потоком, через вплив і економічні наслідки задля створення попиту (безпосередньо чи опосередковано) на товари і послуги. Вони формують складну мережу співпраці та конкуренції.

Концепція Quadruple Helix (QH) ґрунтується на реалізації різних форм і рівнів “спів-виробництва” зі споживачами, клієнтами та суспільством. Концепція визначає чотири моделі співпраці або інноваційного середовища, в якому користувачі, фірми, університети та державні органи

співпрацюють для створення інновацій: модель “ТН + користувачі”, модель “живої лабораторії, орієнтованої на фірми”, модель “живої лабораторії, орієнтованої на державний сектор”, “громадянська модель (людиноцентрична)”. Реалізація моделей QН дає змогу подолати “розриви” між громадянським суспільством та інноваціями, підвищити рівень забезпечення ефективності інноваційних процесів на засадах налагодження взаємодії.

Сучасною формою системи взаємодії у інноваціях є інноваційна мережа як форма спільної інноваційної практики на основі інтернет-платформи для спілкування у самоорганізованих віртуальних командах для активізації відкритої співпраці, яка допомагає організаціям стати креативнішими, продуктивнішими та ефективнішими. Учасники мереж співпрацюють та обмінюються знаннями безпосередньо між собою, а не через ієрархії. Вони збираються разом зі спільним баченням, оскільки їм властиво це зробити, і прагнуть якимось співпрацювати для просування ідеї. CoIN існували задовго до появи сучасних комунікаційних технологій. Однак інтернет та миттєва комунікація підвищили продуктивність та дали змогу досягти глобальних масштабів. Сьогодні вони покладаються на інтернет, електронну пошту та інші засоби зв'язку для обміну інформацією. Існує п'ять найважливіших елементів інноваційних мереж спільної роботи (Р. Gloor ці елементи називає “генетичним кодом”) [30].

На обґрунтовану думку Л. Федулової, у концепції відкритих інновацій знайшла своє втілення проблема створення технологій на основі наукової співпраці, розвитку інновацій на принципах відкритості в проведенні спільних науково-дослідних й дослідно-конструкторських робіт (НДДКР) [31, с. 29].

Концепцію відкритих інновацій розуміють як “підприємницьку інноваційну діяльність, що охоплює всі стадії та сфери інтегративного системного інноваційного процесу, спирається на інновації – технологічні, управлінські, ринкові, соціальні та забезпечує інноваційний розвиток суспільства” [29, с. 107].

Механізм відкритих інновацій передбачає використання відкритих підходів до здійснення досліджень, через поєднання внутрішніх та зовнішніх потоків знань задля збільшення цінності інновації. Вводиться “екосистемний” підхід та поняття “співтворчості” щодо спільного вироблення знань в екосистемі.

Дослідження актуальних економічних теорій і теорій розвитку на предмет розкриття в них питання забезпечення показників ефективності інновацій дало змогу сформуванню авторську теорію взаємодії в інноваційних процесах. Остання вирізняється намаганням автора подати у комплексному взаємозв'язку пріоритетні напрями досягнення цілей інноваційного розвитку в ланцюгу взаємодій “особистість–організація–спільнота”, виокремлені із розроблених економічних теорій і теорій розвитку на основі перегляду парадигми інноваційного процесу.

Основна гіпотеза запропонованої теорії полягає у цілеспрямованому забезпеченні розвитку систем взаємодій у інноваційних процесах задля зростання продуктивності (рис. 2).

На рис. 2 увиразнено потребу формування систем взаємодії, що сприятиме підвищенню показників ефективності та результативності інноваційної діяльності, а отже, забезпечить зростання продуктивності перетворення нових ідей на конкурентоспроможні інновації.

Засадничими умовами досягнення цілей формування системи взаємодій у інноваційних процесах є спільне виконання етапів або окремих робіт, об'єднання ресурсів задля досягнення ефекту синергії, створення умов для використання інноваційного потенціалу учасників взаємодії.

Відтак взаємодія, яка відбуватиметься через обмін матеріальними потоками ресурсів та інформаційними потоками нових знань, сприятиме забезпеченню прискорення процесів комерціалізації інновацій та підвищенню цінності створеної інновації.

Важливість розробленої теорії взаємодії в інноваційних процесах вбачаємо у доповненні задекларованих у вже напрацьованих сьогодні теоріях інноваційного розвитку та інноваційної співпраці умовах досягнення відкритості інноваційних моделей та обміну потоками матеріальних ресурсів та нових ідей і досягнення синергетичного ефекту під час спільного виконання робіт та

завдань інноваційного процесу як пріоритетів створення систем взаємодії. Визначення умов забезпечення високої продуктивності в інноваційних процесах через призму налагодження взаємодії є засадничим для формування інструментів інноваційного розвитку регіонів та країни.



Рис. 2. Теорія взаємодії в інноваційних процесах*

* Власна розробка.

Розроблену теорію можна використати як підґрунтя забезпечення інноваційного розвитку регіонів і країни за умови формування та реалізації дієвого механізму налагодження взаємодії між учасниками інноваційного процесу. Основою формування механізму автор пропонує вибрати критерії цінності налагодження взаємодії, а також принципи маркетингу взаємодії.

Висновки

У статті обґрунтовано положення та складові авторської теорії взаємодії в інноваційних процесах. Розроблена теорія взаємодії в інноваційних процесах ґрунтується на основних теоріях розвитку особистості, організації, теоріях взаємодій та теоріях інноваційного розвитку. Для формування теорії взаємодії у інноваційних процесах автор здійснила групування економічних теорій за змістовим наповненням та послідовністю зростання впливу на параметри інноваційного розвитку. Групування теорій дало змогу виокремити пріоритети побудови теорії у ланцюгу “особа – організація – взаємодія – інновації – інноваційне співробітництво”, визначити місце і значення елементів системи взаємодії у побудові та розвитку інноваційних процесів, обґрунтувати показники оцінювання ефективності формування та розвитку взаємодії в інноваційних процесах.

Авторська теорія містить визначення постулатів, гіпотез та очікуваних результатів. Основна гіпотеза пропонованої теорії полягає у цілеспрямованому забезпеченні розвитку систем взаємодій в інноваційних процесах задля зростання продуктивності.

1. Джемелінська Л. В. (2011). Аналіз моделей відкритої та закритої інноваційної діяльності підприємств. *Сучасні проблеми економіки і підприємництва*, 7, С. 86–91.
2. Marko Torkkeli (2007). Avoin Innovaatio. Lappeenranta University of Technology, Report 190.
3. Крос-секторальна експортна стратегія 2019–2023. Інновації для експорту – Дослідження. Міністерство економічного розвитку та торгівлі України. Режим доступу: www.me.gov.ua, exportstrategy@me.gov.ua, С. 8.
4. Нікітін Ю. О., & Мельник М. В. (2016). Парадигма відкритих інновацій як визначення відкритого інноваційного процесу. *Інноваційна економіка*, 7–8, С. 42–45.
5. Богоявленская Д. Б. (2002). Психология творческих способностей. М.: Изд. центр “Академия”, 320 с.
6. Дружинин В. Н. (2002). Психология общих способностей. Санкт-Петербург, 356 с.
7. Зайчук В. О. (2003). Розвиток мислення у процесі засвоєння економічних знань. К.: Навчальна книга, 87 с.
8. Корольчук М. С. (2004). Психофізіологія діяльності: [підручник]. К.: Ельга, Ніка-Центр, 400 с.
9. Масименко С. Д. Загальна психологія. Available at: studentbooks.com.ua/content/view/1264/1/6.
10. Свидрук І. І. (2012). Креативний менеджмент: навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 224 с.
11. Anderson N., Potoc'nik K., & Zhou J. (2014). Innovation and creativity in organizations a state-of-the-science review, prospective commentary, and guiding framework. *Journal of Management*, 40(5), pp. 1297–1333.
12. Clydesdale G. (2006). Creativity and competition: The beatles. *Creativity Research Journal*, 18(2), pp. 129–139.
13. Runco M. A. (2006). What the recent creativity research suggests about innovation and entrepreneurship. In Annual Norwegian Business Economics and Finance Conference. Norway: Bergen.
14. Скшипек Е. (2017). Управління знаннями та інтелектуальним капіталом у практичній діяльності. *Світ фінансів*, 1(10), pp. 186–194.
15. Пан Л., Сисенко Н., & Абрамович О. (2004). Концепція управління знаннями як новий напрям менеджменту організацій.
16. Швецъ Ю. Ю. (2011). Генезис теории менеджмента качества в условиях инновационного экономического развития.
17. Devi R. Gnyawali, Byung-Jin (Robert) Park (2009). Co-opetition and Technological Innovation in Small and Medium-Sized Enterprises: A Multilevel Conceptual Model. D.Gnyawali, B.-J. Park. *Journal of Small Business Management*, No. 47(3), pp. 308–330.
18. Дубоделова А. В., Лісовська Л. С., & Бандрівський Р. Р. (2015). Типологія мислення в управлінській діяльності. *Вісник Національного університету “Львівська політехніка”. Проблеми економіки та управління*, 815, pp. 207–214.
19. Lisovska L. S., & Hatsuk M. M. (2018). Concept of organizational creativity and its formation factors. *Aktual'ni Problemy Ekonomiky= Actual Problems in Economics*, 210, pp. 92–102.
20. Сопівник Р. В. (2012). Ретроспективний аналіз основних теорій лідерства. *Вісник Національного університету оборони України*, 4, pp. 104–109.
21. Кочубей Т., & Семенов А. (2012). Сучасні теорії лідерства: теоретичний аспект. *Психолого-педагогічні проблеми сільської школи*, 40, pp. 176–184.
22. Полянська А. С. (2014). Роль менеджменту знань у ситуаційному управлінні на підприємстві.
23. Ліпич Л. Г., Хілуха О. А., & Кушнір М. А. (2019). Вплив інтелектуального капіталу на управління знаннями підприємства. *Проблеми системного підходу в економіці*, 3 (1), pp. 230–239.
24. Чухрай Н. І., Крикавський Є. В. (2007). Трансформація вартості у розвитку відносин “підприємство–клієнт”: монографія. Львів: Видавництво Національного університету “Львівська політехніка”, 250 с.
25. Лосюк Л. (2009). Основні тенденції розвитку сучасних концепцій СУЯ. *Стандартизація, сертифікація, якість*, № 4, С. 3–9.
26. Шульгіна Л. М., Мельничук В. М. (2011). Еволюція наукових поглядів щодо поняття “споживча цінність товару”. *Маркетинг і менеджмент інновацій*, № 2, С. 74–80.
27. Доброскок Ю. Б. (2013). Система показників оцінки результативності взаємодії підприємств у маркетингових каналах. *Маркетинг і менеджмент інновацій*, № 4, С. 99–109.
28. Лановська Г. І. (2017). Інноваційна екосистема: сутність та принципи. *Економіка і суспільство*, № 11, С. 257–262.

29. Nosyk O. M. (2016). Відкриті інноваційні системи: головні характеристики і напрями інтернаціоналізації. *European Journal of Management, Issues*, 24(6), pp. 103–113.
 30. Gloor P. (2017). Sociometrics and human relationships: analyzing social networks to manage brands, predict trends, and improve organizational performance. Emerald Publishing, Bingley UK.
 31. Федулова Л. І. (2015). Технологічна політика: глобальний контекст та українська практика: монографія [Текст]. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 844 с.
1. Dzhemelins`ka L. V. (2011). Analiz modelej vidkry`toyi ta zakry`toyi innovacijnoyi diyal`nosti pidpry`yemstv [Analysis of models of open and closed innovative activity of enterprises]. *Modern problems of economics and entrepreneurship*, (7), pp. 86–91. (in Ukrainian).
 2. Marko Torkkeli (2007). Avoin Innovaatio. Lappeenranta University of Technology, Report 190.
 3. Kros-sektoral`na eksportna strategiya 2019–2023. Innovaciya dlya eksportu [Cross-sectoral export strategy 2019–2023. Innovations for Export – Research]. Ministry of Economic Development and Trade of Ukraine. Retrieved from: www.me.gov.ua, exportstrategy@me.gov.ua (in Ukrainian).
 4. Nikitin Yu. O., & Mel`ny`k M. V. (2016). Parady`gma vidkry`ty`x innovacij yak vy`znachennya vidkry`togo innovacijnogo procesu [The paradigm of open innovation as a definition of an open innovation process]. *Innovative Economics*, 7–8, pp. 42–45. (in Ukrainian).
 5. Bogojavlenskaja D. B. (2002). Psihologija tvorcheskih sposobnostej [Psychology of creative abilities]. Moscow: Publishing Center Academy, 320 p. (in Russian).
 6. Druzhinin V. N. (2002). Psihologija obshhih sposobnostej [General ability psychology]. St. Petersburg, 356 p. (in Russian).
 7. Zajchuk V. O. (2003). Rozvy`tok my`slennya u procesi zasvoyennya ekonomichny`x znan` [The development of the misinterpretation in the process of acquiring economic knowledge]. Kiev, Navchalna kniga, 87 p. (in Ukrainian).
 8. Korol`chuk M. S. (2004). Psy`hofiziologiya diyal`nosti: [pidruchny`k] [Psychophysiology of activity: [handler]. Kiev: Elga, Nika-Center, 400 p. (in Ukrainian).
 9. Masy`menko S. D. Zagal`na psy`xologiya [Electronic resource]. Retrieved from: studentbooks.com.ua/content/view/1264/1/6. (in Ukrainian).
 10. Svy`druk I. I. (2012). Kreaty`vny`j menedzhment: Navchal`ny`j posibny`k [Creative management: a textbook]. Kyiv: Center for Educational Literature, 224 p. (in Ukrainian).
 11. Anderson, N., Potoc`nik, K., & Zhou, J. (2014). Innovation and creativity in organizations a state-of-the-science review, prospective commentary, and guiding framework. *Journal of Management*, 40(5), pp. 1297–1333.
 12. Clydesdale G. (2006). Creativity and competition: The beatles. *Creativity Research Journal*, 18(2), pp. 129–139.
 13. Runco M. A. (2006). What the recent creativity research suggests about innovation and entrepreneurship. *In Annual Norwegian Business Economics and Finance Conference*. Norway: Bergen.
 14. Skshy`pek E. (2017). Upravlinnya znannyamy` ta intelektual`ny`m kapitalom u prakty`chnij diyal`nosti [Management of knowledge and intellectual capital in practice]. *World of Finance*, (1(10)), pp. 186–194. (in Ukrainian).
 15. Pan L., Sy`senko N., & Abramovy`ch O. (2004). Konceptiya upravlinnya znannyamy` yak novy`j napryam menedzhmentu organizacij [The concept of knowledge management as a new direction of management of organizations]. (in Ukrainian).
 16. Shvec` Ju. Ju. (2011). Genezis teorii menedzhmenta kachestva v uslovijah innovacionnogo jekonomiceskogo razvitija [The genesis of the theory of quality management in the context of innovative economic development]. (in Russian).
 17. Devi R. Gnyawali, Byung-Jin (Robert) Park (2009). Co-opetition and Technological Innovation in Small and Medium-Sized Enterprises: A Multilevel Conceptual Model. D. Gnyawali, B.-J. Park. *Journal of Small Business Management*, No. 47(3), pp. 308–330.
 18. Dubodyelova A. V., Lisovs`ka L. S., & Bandrivs`ky`j R. R. (2015). Ty`pologiya my`slennya v upravlin`s`kij diyal`nosti [Typology of misinformation in management activity. Bulletin of the National University of Lviv Polytechnic]. *Problems of economy and management*, 815, pp. 207–214. (in Ukrainian).
 19. Lisovska L. S., & Hatsuk M. M. (2018). Concept of organizational creativity and its formation factors. *Aktual`ni Problemy Ekonomiky= Actual Problems in Economics*, 210, pp. 92–102.
 20. Sopivny`k R. V. (2012). Retrospekty`vny`j analiz osnovny`x teorij liderstva [A retrospective analysis of the main theories of leadership]. *Bulletin of the National University of Defense of Ukraine*, 4, 104–109. (in Ukrainian).

21. Kochubej T., & Semenov A. (2012). Suchasni teorii liderstva: teoretychnyj aspekt [Contemporary leadership theory: theoretical aspect]. *Psychological and pedagogical problems of the silk school*, (40), pp. 176–184. (in Ukrainian).
22. Polyanska A. S. (2014). Rol menedzhmentu znan' u sytuacijnomu upravlinni na pidpryemstvi [The role of management knowledge in the situational management at the enterprise]. (in Ukrainian).
23. Lipysh L. G., Xiluxa O. A., & Kushnir M. A. (2019). Vplyv intelektual'nogo kapitalu na upravlinnya znannyamy pidpryemstva [Injection of intellectual capital to the management of knowledge of the enterprise]. *Problems of the system approach in the economy*, 3 (1), pp. 230–239. (in Ukrainian).
24. Chuxraj N. I., Krykavskyj Ye. V. (2007). Transformaciya vartosti u rozvytku vidnosyn "pidpryemstvo–klijent": monografiya [Transformation of value in the development of "enterprise–client" relations: monograph]. Lviv: Lviv Polytechnic National University Publishing House, 2007. 250 p. (in Ukrainian).
25. Losyuk L. (2009). Osnovni tendencyi rozvytku suchasnyx koncepcij SUYa [The main trends in the development of modern concepts of QMS]. *Standardization, certification, quality*, No. 4, pp. 3–9. (in Ukrainian).
26. Shulgina L. M., Melnychuk V. M. (2011). Evolyuciya naukovy'x poglyadiv shhodo ponyattya "spozhyvcha cinnist' tovaru" [Evolution of scientific views on the concept of "consumer value of goods"]. *Marketing and innovation management*, No. 2, 74–80. (in Ukrainian).
27. Dobroskok Yu. B. Sy'stema pokazny'kiv ocinky' rezul'tatyvnosti vzayemodiyi pidpryemstv u marketyngovy'x kanalax [System of indicators for evaluating the effectiveness of enterprise interaction in marketing channels]. *Marketing and innovation management*, No. 4, 99–109. (in Ukrainian).
28. Lanovska G. I. (2017). Innovaciyna ekosystema: sutnist' ta pry'ncy'py' [Innovative ecosystem: essence and principles]. *Economy and society*, No. 11, pp. 257–262. (in Ukrainian).
29. Nosyk O. M. (2016). Vidkryti innovatsiini systemy: holovni kharakterystyky i napriamy internatsionalizatsii [Open innovation systems: main characteristics and directions of internationalization]. *European Journal of Management Issues*, 24 (6), pp. 103–113. (in Ukrainian).
30. Gloor P. (2017). Sociometrics and human relationships: analyzing social networks to manage brands, predict trends, and improve organizational performance. Emerald Publishing, Bingley UK.
31. Fedulova L. I. (2015). Texnologichna polity'ka: global'ny'j kontekst ta ukrayins'ka prakty'ka [Technological policy: global context and Ukrainian practice: monograph]. Kyiv, Kyiv National Trade and Economics University, 844 p. (in Ukrainian).

L. Lisovska

Lviv Polytechnic National University,
Management of Organizations Department

INTERACTION THEORY IN INNOVATION PROCESSES

© Lisovska L., 2020

The article substantiates the provisions and components of the author's theory of interaction in innovation processes. The author proved the importance of such a theory by the existence of the dependence of the development of innovation processes on ensuring interaction in various forms, the need to develop it – changing the paradigm of the innovation process, the evolution of models of innovation processes, the development of "open innovation".

The developed theory of interaction in innovation processes is based on the basic theories of development of the person, the organization, theories of interactions and theories of innovative development. To form the theory of interaction in innovation processes, the author grouped economic theories by content and the order of increasing influence on the parameters of innovation development. Grouping of theories allows to single out the priorities of theory construction in the chain "person-organization-interaction-innovation-innovation cooperation", to determine the place and significance of elements of interaction system in construction and development of innovation processes, to substantiate indicators of evaluation of efficiency of formation and development of interaction in innovation processes.

The author's theory is distinguished by the author's attempt to present in the relationship and complementary priority areas of innovation development at different levels, separated from the developed economic theories and theories of innovation and personal development by eliminating their weaknesses and debates.

The author singled out five groups of theories: Theories of personal development (Theories of thinking, Theories of creativity, Theories of leadership, The concept of knowledge management), Theories of interactions, Theories of social interaction, Model of dyadic interaction (interaction in dyad), Concept of symbolic interactionism), Partnership Theories (Quality Theory, Competitiveness Theory, Utility Theory, Value Chain Concept, Value Theories, Relationship Marketing), Theories of Innovative Development (Cycle Theory (“Long Waves”), Classical Theory of Innovation, Neoclassical Theory of Psychological Innovation, innovation, “Economic Theory of Industrial Innovation”, Theory of Innovation Economics), Theories of Innovation Cooperation (Theories of the Innovation Ecosystem, Concepts of the four-component spiral Quadruple Helix (QH), Network Theories, Theories of Open Innovation).

The author’s theory contains definitions of postulates, hypotheses and expected results. The main hypothesis of the proposed theory is to ensure the development of interaction systems in innovation processes to increase productivity.

The developed theory can be used as a basis for ensuring the innovative development of regions and countries, provided the formation and implementation of an effective mechanism for establishing interaction between participants in the innovation process. As a basis for the formation of the mechanism, the author proposes to choose the criteria of the value of interaction, as well as the principles of interaction marketing.

Key words: theory; innovative development; postulates; hypothesis; interaction; interaction in innovations; innovation process; open innovations.