

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Державний вищий навчальний заклад
«КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені Вадима Гетьмана»

Кафедра економіки підприємств
Інститут інноваційного підприємництва
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»
Інститут фінансово-банківської аналітики ДВНЗ "Київський національний
економічний університет імені Вадима Гетьмана"
Громадська організація «Науково-дослідний інститут
економічного розвитку»
Науковий парк КНЕУ (Україна)
Державний вищий навчальний заклад
ім. проф. Станіслава Тарновського (Польща)
Вища соціально-економічна школа (Польща)



ІННОВАЦІЙНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Збірник матеріалів
III Всеукраїнської науково-практичної конференції

29-30 березня 2018 р.

УДК 330.341.1:338.22(082)
ББК 65.9(4Укр)29: 65.012.41
Е40

*Рекомендовано до друку Вченою Радою факультету економіки та управління
ДВНЗ «Київський національний університет імені Вадима Гетьмана»*

Програмний комітет

Голова програмного комітету: Колот А. М., д.е.н., професор, проректор з науково-педагогічної роботи ДВНЗ КНЕУ імені Вадима Гетьмана; Члени програмного комітету: Андрущенко К. А., д.е.н., доцент, професор кафедри економіки підприємств ДВНЗ КНЕУ імені Вадима Гетьмана; Бутнік-Сіверський О. Б., д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки, обліку та фінансів Інституту післядипломної освіти Національного університету харчових технологій; Захарін С. В., д.е.н., директор ГО «Науково-дослідний інститут економічного розвитку»; Кукоба В. П., д.е.н., професор, професор кафедри економіки підприємств ДВНЗ КНЕУ імені Вадима Гетьмана; Олексюк О.І., д.е.н., професор, професор кафедри економіки підприємств ДВНЗ КНЕУ імені Вадима Гетьмана; Павленко І.А., д.е.н., професор, професор кафедри економіки підприємств, директор Інституту інноваційного підприємництва ДВНЗ КНЕУ імені Вадима Гетьмана; Рєпіна І.М., д.е.н., професор, професор кафедри економіки підприємств ДВНЗ КНЕУ імені Вадима Гетьмана; Швиданенко Г. О., к.е.н., професор, завідувач кафедри економіки підприємств ДВНЗ КНЕУ імені Вадима Гетьмана.

Оргкомітет конференції

Голова організаційного комітету: Швиданенко Г. О., к.е.н., професор, завідувач кафедри економіки підприємств ДВНЗ КНЕУ імені Вадима Гетьмана; Відповідальний секретар організаційного комітету: Кужель М.Ю., к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки підприємств ДВНЗ КНЕУ імені Вадима Гетьмана; Члени програмного комітету: Данильченко С.С., старший викладач кафедри економіки підприємств ДВНЗ КНЕУ імені Вадима Гетьмана; Дмитренко А.І., к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки підприємств ДВНЗ КНЕУ імені Вадима Гетьмана; Дзюбенко Л.М., к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки підприємств ДВНЗ КНЕУ імені Вадима Гетьмана; Долгова Л.І., к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки підприємств ДВНЗ КНЕУ імені Вадима Гетьмана; Кузьменко О.М., к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки підприємств ДВНЗ КНЕУ імені Вадима Гетьмана; Кузьомко В.М., к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки підприємств ДВНЗ КНЕУ імені Вадима Гетьмана; Лаврененко В.В., к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки підприємств ДВНЗ КНЕУ імені Вадима Гетьмана; Литюга Ю.В., к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки підприємств ДВНЗ КНЕУ імені Вадима Гетьмана; Люшенко О.І., асистент кафедри економіки підприємств ДВНЗ КНЕУ імені Вадима Гетьмана; Норіцина Н.І., к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки підприємств ДВНЗ КНЕУ імені Вадима Гетьмана; Петренко Л.А., к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки підприємств ДВНЗ КНЕУ імені Вадима Гетьмана; Позняк С.В., к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки підприємств ДВНЗ КНЕУ імені Вадима Гетьмана; Семенчук А.О., к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки підприємств ДВНЗ КНЕУ імені Вадима Гетьмана; Смірнов Є.В., к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки підприємств ДВНЗ КНЕУ імені Вадима Гетьмана; Чухраєва Н.М., к.е.н., старший викладач кафедри економіки підприємств ДВНЗ КНЕУ імені Вадима Гетьмана; Швидка О.П., к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки підприємств ДВНЗ КНЕУ імені Вадима Гетьмана; Шергіна Л.А., доцент кафедри економіки підприємств ДВНЗ КНЕУ імені Вадима Гетьмана, к.е.н., доцент; Ямненко Г.Є., к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки підприємств ДВНЗ КНЕУ імені Вадима Гетьмана, Мельникова О.А. к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки підприємств ДВНЗ КНЕУ імені Вадима Гетьмана, Теплюк М.А. к.е.н., доцент кафедри економіки підприємств ДВНЗ КНЕУ імені Вадима Гетьмана, Дмитренко А.І. к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки підприємств ДВНЗ КНЕУ імені Вадима Гетьмана, Терентьева О.В. к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки підприємств ДВНЗ КНЕУ імені Вадима Гетьмана, Клименко С.М. к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки підприємств ДВНЗ КНЕУ імені Вадима Гетьмана, Тонюк М.О. к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки підприємств ДВНЗ КНЕУ імені Вадима Гетьмана, Долгова Л.І. к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки підприємств ДВНЗ КНЕУ імені Вадима Гетьмана, Солов'янчик А.В. старший викладач кафедри економіки підприємств ДВНЗ КНЕУ імені Вадима Гетьмана, Будяєв М.О. асистент кафедри економіки підприємств ДВНЗ КНЕУ імені Вадима Гетьмана

**Інноваційне підприємництво: стан та перспективи розвитку [Електронний ресурс] : 3б.
матеріалів II Всеукр. Наук.-практ. конференції. — К. : КНЕУ, 2018. — 280 с.
ISBN 978-966-926-154-0**

Визначено сучасні тенденції розвитку інноваційного підприємництва в глобальному і національному вимірах; досліджено світову та вітчизняну практики державного стимулювання інноваційного підприємництва; з'ясовано напрямки активізації інноваційного розвитку на засадах комерціалізації інтелектуальної власності та трансферу технологій; визначено структурні елементи теоретичного базису та викладено результати емпіричних досліджень ефективності інноваційного підприємництва; наведено досвід менеджменту інноваційної діяльності успішних компаній і підприємств-практиків; виявлено перспективи розвитку освітніх програм в галузі інноваційного підприємництва.

УДК 330.341.1:338.22(082)

ББК 65.9(4Укр)29: 65.012.41

*Матеріали друкуються в авторській редакції. Відповідальність за науковий рівень публікацій,
обґрунтованість висновків, достовірність результатів, наявність плагіату несуть автори.*

ISBN 978-966-926-097-0 © КНЕУ, 2018

Наукове видання

ІННОВАЦІЙНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

**Збірник матеріалів
II Всеукраїнської науково-практичної конференції**

29-30 березня 2018 р.

**Видано в авторській редакції
Верстка С.Данильченко
Коректура О. Щербак**

**Підписано до друку 05.07.18. Формат 60×84/8
Друк. арк. 8,16. Зам. № 16-5216**

**Державний вищий навчальний заклад
«Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
03680, Україна, м.Київ, пр. Перемоги, 54/1
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру
суб'єктів видавничої справи (серія ДК, №235 від 07.11.2000)
Тел./факс (044) 537-61-41; тел.(044) 537-61-44
E-mail: publish@kneu.kiev.ua**

ЗМІСТ

Секція № 1

Сучасні тенденції розвитку інноваційного підприємництва: глобальний та національний вимір

<i>Катерина Бойченко</i> ФОРМУВАННЯ МЕРЕЖЕВОЇ ВЗАЄМОДІЇ У ПРОЦЕСІ РЕАЛІЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПРОЕКТІВ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ КОМПАНІЇ	10
<i>Анжела Гриліцька, Віолетта-Олена Гриліцька</i> ФОРМУВАННЯ СПРИЯТЛИВОЇ СФЕРИ ДЛЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ ТА ЇЇ НАПРЯМИ	12
<i>Олег Данніков, Інна Івасько</i> ВПЛИВ СТРУКТУРНО-ІННОВАЦІЙНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ НА ЕКОНОМІЧНЕ ЗРОСТАННЯ	14
<i>Олександр Дуба</i> ІЄРАРХІЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ	17
<i>Людмила Долгова, Юлія Лавринович</i> ПРОЕКТНИЙ ПІДХІД ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ МЕТОД В РОЗРОБЦІ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА	20
<i>Людмила Долгова, Уляна Шевченко</i> ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІВНИКІВ	23
<i>Богдана Дуб</i> ПРОБЛЕМИ ЗАСТОСУВАННЯ СТРАТЕГІЇ БЛАКИТНОГО ОКЕАНУ В КОНТЕКСТІ СУЧАСНИХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ	25
<i>Інна Заблодська, Олена Кузьменко, Михайло Плетньов</i> ІННОВАЦІЙНИЙ АСПЕКТ СТРАТЕГІЇ СТАЛОЇ ЛОГІСТИКИ В УКРАЇНІ	27
<i>Марина Зав'ялова</i> ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ В УПРАВЛІННІ ЛОГІСТИЧНИМИ ПРОЦЕСАМИ НА СКЛАДІ	29
<i>Mariia Kechedzhy</i> РОЗВІНЧУВАННЯ МІФІВ: ЧИ СПРИЯЄ ДИСТАНЦІЙНА РОБОТА ПІДВИЩЕННЮ ПРОДУКТИВНОСТІ ТА ІННОВАЦІЙНОСТІ	32
<i>Оксана Кирилюк</i> ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЧНИХ РЕСУРСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ	34
<i>Віра Кудлай</i> ДОСВІД ІЗРАЇЛЮ В РОЗБУДОВІ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА	37
<i>Віра Кудлай, Анастасія Майстренко</i> ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ В УКРАЇНІ: СТАН, ТЕНДЕНЦІЇ ТА СТИМУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА	39
<i>Олена Кузьменко, Юлія Раць</i> ІННОВАЦІЇ ТА ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА	41
<i>Володимир Кузьомко, Дарія Бутчик</i> ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ	44
<i>Нікіта Лавреньов</i> МОДЕЛЬ ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАТИВНОГО ІМІДЖУ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМСТВА	46
<i>Юлія Литюга, Майя Соколовська-Плугарьова</i> НОВІТНІ МЕТОДИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТНОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	50

<i>Олександра Мельникова, Ірина Швець</i>	54
УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ КОШТАМИ В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА	
<i>Мирослава Михайлюк</i>	56
ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ ТРАНСПОЗИЦІЇ ТА ІНТЕГРУВАННЯ РЕСУРСІВ РОЗВИТКУ В СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ	
<i>Ольга Ніколайчук, Вікторія Сінькевич</i>	61
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА СКЛАДОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ	
<i>Галина Плисенко</i>	64
ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ	
<i>Оксана Помазун</i>	67
СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ ФІНТЕХ	
<i>Олена Проволоцька, Анастасія Щербакова</i>	69
БРЕНДИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ В ПРОМИСЛОВІЙ СФЕРІ	
<i>Євгеній Редзюк</i>	73
ФІНАНСУВАННЯ ДОСЛІДЖЕНЬ, РОЗРОБОК ТА ІННОВАЦІЙ: УКРАЇНА І СВІТ	
<i>Інна Репіна</i>	76
ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ НАЦІОНАЛЬНИХ ІННОВАЦІЙНИХ СИСТЕМ КРАЇН ІННОВАЦІЙНОГО АНКЛАВУ	
<i>Наталія Рудик</i>	78
ЕКОЛОГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ЗАПОРУКА УСПІХУ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМСТВА	
<i>Михайло Сагайдак, Тамара Зимовець</i>	81
МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ БІЗНЕС-МОДЕЛІ ІННОВАЦІЙНОЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ СТРУКТУРИ	
<i>Ольга Сазонець, Андрій Вацшишин</i>	84
МОЖЛИВОСТІ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ ЕЛЕМЕНТІВ МОДЕЛІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПРОВІДНИХ КРАЇН НА УКРАЇНСЬКИЙ ВИМІР	
<i>Світлана Семенова</i>	86
ОБЛІК ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ	
<i>Євген Смирнов</i>	89
ІДЕНТИФІКАЦІЯ ПРОБЛЕМНИХ І ДИСКУСІЙНИХ ЗОН РОЗВИТКУ СВІТОВОГО ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ	
<i>Надія Циганова</i>	94
ФІНАНСОВІ ІННОВАЦІЇ ТА ЇХ РОЛЬ У РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА	
<i>Оксана Швидка, Ірина Левченко</i>	96
ОБҐРУНТУВАННЯ НЕОБХІДНОСТІ РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА В УКРАЇНІ	
<i>Лідія Шергіна, Алла Жемба</i>	100
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ В УМОВАХ ПОСИЛЕННЯ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ПРОЦЕСІВ	
<i>Олександр Шульга</i>	102
ІННОВАЦІЙНІ БІЗНЕС-МОДЕЛІ В УМОВАХ НОВОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	
<i>Ярослава Яковенко</i>	104
ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ ЯК ЧИННИК ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ ГІРНИЧОДОБУВНИХ ПІДПРИЄМСТВ	

<i>Галина Ямненко</i> ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	106
--	-----

Секція № 2

Підприємницьке право та державне стимулювання інноваційного підприємництва

<i>Надіра Льницька</i> ПИТАННЯ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ДЕРЖАВНОЇ РЕЄСТРАЦІЇ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	109
<i>Віталій Кадала</i> ЩОДО МОЖЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ АЛЬТЕРНАТИВНИХ ВАЛЮТ СУБ'ЄКТАМИ ГОСПОДАРЮВАННЯ В УКРАЇНІ	112
<i>Світлана Клименко, Наталія Кривошея</i> ДЕРЖАВНЕ СТИМУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ	114
<i>Сергій Позняк, Світлана Хитрик</i> СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА	118
<i>Оксана Радченко</i> ДЕРЖАВНЕ СТИМУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙ В АГРОБІЗНЕСІ	120
<i>Оксана Смукла</i> ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	122
<i>Світлана Ушеренко</i> ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА	125

Секція № 3

Активізація інноваційного підприємництва в Україні за умов глобальних соціогуманітарних та технологічних викликів

<i>Максим Будяєв</i> ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ПІД ВПЛИВОМ «ІНТЕРНЕТУ РЕЧЕЙ»	128
<i>Юлія Гернего</i> КРАУДФАНДИНГОВЕ ФІНАНСУВАННЯ СОЦІАЛЬНО- ОРІЄНТОВАНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ	131
<i>Олександр Грабовенко</i> АНАЛІТИЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА РИНКОВИХ ПЕРЕДУМОВ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПРОТИПОЖЕЖНОЇ БЕЗПЕКИ НА ЗАСАДАХ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА	134
<i>Олег Данніков</i> ФОРМУВАННЯ СУЧАСНОЇ ПАРАДИГМИ «ЦИФРОВИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ» ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	138
<i>Любов Дзюбенко, Олександра Токарчук</i> МОДЕЛЬ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ЯК ПОЄДНАННЯ БІЗНЕСУ, МИСТЕЦТВА ТА ТЕХНОЛОГІЙ	140
<i>Віта Ковтун</i> СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО: ІННОВАЦІЙНИЙ ВЕКТОР РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ	142
<i>Марина Кужель</i> ТЕНДЕНЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ ТА СВІТІ	145

<i>Олександра Мельникова</i>	148
СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА ЯК ФАКТОР СОЦІАЛЬНИХ ІННОВАЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВІ	
<i>Катерина Плигач</i>	150
ІННОВАЦІЙНА АКТИВНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ ТА ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ: СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ	
<i>Irina Posternak, Sergey Posternak</i>	153
METHOD CONTINUOUS DEVELOPMENT FRONTS WORKS OF THE COMPLEX TOWN-PLANNING POWER RECONSTRUCTION	
<i>Олександр Розмислов, Каріна Розмислова</i>	156
ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИЗНАЧЕННЯ ПОКАЗНИКІВ ВИСТАВКОВОГО ПРОЕКТУ МОДУЛЮВАННЯ в економіці	
<i>Євген Смирнов, Інна Гонанок</i>	159
ОСОБЛИВОСТІ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ В СУЧАСНОМУ АПК	
<i>Соболева Тетяна, Борзіло Юлія</i>	165
ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЮ ВЛАСНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВАХ	
<i>Любов Стрільчук, Юлія Стрільчук</i>	167
РОЗВИТОК БАНКІВСЬКИХ ІННОВАЦІЙ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ФІНАНСОВИХ РИНКІВ	
<i>Генефа Швиданенко, Марія Теплюк</i>	170
ДИДЖИТАЛІЗАЦІЯ – СУЧАСНИЙ НАПРЯМОК РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА	

Секція № 4

Сучасні напрямки фінансування інновацій малого та середнього бізнесу

<i>Вікторія Гмиря</i>	172
СУЧАСНІ НАПРЯМИ ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В АПК УКРАЇНИ	
<i>Владислав Демиденко</i>	175
ПОДАТКОВЕ СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА: ДОСВІД ЄС	
<i>Олена Дем'янчук</i>	176
ЗАОЩАДЖЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ ДЛЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ	
<i>Андрій Зеленський, Вікторія Сторожук</i>	179
ІННОВАЦІЙНІ ФОРМИ ФІНАНСУВАННЯ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ	
<i>Тетяна Іванова</i>	181
НАПРЯМКИ ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ	
<i>Алла Іванова, Максим Шульга</i>	184
СИСТЕМА ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ	
<i>Алла Іващенко</i>	187
ОЦІНКА РОЗВИТКУ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА В СИСТЕМІ ПОКАЗНИКІВ SME POLICY INDEX	
<i>Світлана Кір'ян</i>	189
ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НАУКОВО-ДОСЛІДНИХ ГОСПОДАРСТВ НААН	

<i>Світлана Клименко, Богдана Москаленко</i>	192
ІНТЕНСИФІКАЦІЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ	
<i>Євгенія Поліщук, Ігор Брітченко</i>	195
НОВІТНІ БОРГОВІ ФІНАНСОВІ ІНСТРУМЕНТИ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ У КРАЇНАХ ЄВРОПИ	
<i>Інна Рєпіна, Ірина Пастарнак</i>	196
МАЛИЙ БІЗНЕС ЯК ВАЖЛИВЕ ДЖЕРЕЛО ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ В УКРАЇНІ	
<i>Марія Теплюк, Ольга Демченко</i>	198
ПЕРЕДУМОВИ ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ	
<i>Лідія Шергіна, Юлія Бурма</i>	201
КРАУДФАНДИНГ – ОДИН ІЗ СУЧАСНИХ НАПРЯМКІВ ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ	

Секція № 5

Оцінювання економічної, соціальної та екологічної результативності інноваційного підприємництва

<i>Ганна Єскель</i>	203
ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ВИРОБНИЧИХ РЕСУРСІВ В ОРГАНІЧНИХ ТЕХНОЛОГІЯХ ВИРОЩУВАННЯ ЗЕРНОВИХ КУЛЬТУР	
<i>Iuliia Ignatova</i>	205
ДЕЯКІ МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ МАЛИХ ІННОВАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ	
<i>Світлана Мішина, Олександр Мішин</i>	208
НАУКОВО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ	
<i>Наталія Правдюк, Наталія Гуменюк</i>	211
ОБЛКОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ РОЗРАХУНКАМИ З ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ ТА ПІДРЯДНИКАМИ ПІДПРИЄМСТВА	
<i>Олена Проволоцька, Дар'я Коцюмбас</i>	214
ІНДЕКС СЕЗОННОСТІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВИЗНАЧЕННЯ ПЕРІОДУ РОЗШИРЕННЯ РИНКУ ЗБУТУ	
<i>Михайло Сагайдак, Аліна Зражевська</i>	216
УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ІННОВАЦІЙНОЇ БІЗНЕС-СТРУКТУРИ	
<i>Юлія Самойлик</i>	219
СОЦІАЛЬНІ КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ СФЕРИ	
<i>Аліна Семенчук</i>	221
КОНКУРЕНТНА ДІАГНОСТИКА ФУНКЦІОНУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМСТВА	
<i>Юлія Стрільчук</i>	224
ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОГО КРЕДИТУВАННЯ НАСЕЛЕННЯ В УКРАЇНІ У КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОЛОГІЧНОЇ СКЛАДОВОЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	
<i>Ганна Янголь</i>	226
ВИМІРЮВАННЯ СТРАТЕГІЧНОЇ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ МЕТАЛУРГІЙНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ	

<i>Пурій Ганна, Костюченко Аліна</i>	229
КЛЮЧОВІ ФАКТОРИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ В ГЛОБАЛЬНОМУ	

Секція № 6

Менеджмент інноваційної діяльності: досвід успішних Start-up і підприємців-практиків

<i>Катерина Андрющенко</i>	234
ДОСВІД УСПІШНОГО ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В START-UP	
<i>Світлана Бесараб</i>	236
УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЕКОНОМІКИ ЗНАНЬ	
<i>Наталія Голіонко, Алла Іванова</i>	238
СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО СТВОРЕННЯ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНІВ	
<i>Валентина Лаврененко, Дар'я Іванова</i>	239
КОНТРОЛІНГ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	
<i>Лариса Лігоненко</i>	242
Стандартизація СИСТЕМИ ІННОВАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ	
<i>Альона Солов'янчик</i>	245
ПЕРСПЕКТИВИ START UP У КОНТЕКСТІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ КРИЗИ	
<i>Наталія Чухраєва</i>	247
ПРИНЦИПИ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ КОМАНДИ START-UP: УКРАЇНСЬКИЙ ДОСВІД	
<i>Наталія Чухраєва, Владислав Яременко</i>	249
РОЛЬ ТА МІСЦЕ БІЗНЕС-ІНКУБАТОРІВ В ЕКОНОМІЦІ ЗНАНЬ	

Секція № 7

Підприємницький потенціал університетів та перспективи розвитку освітніх програм в галузі інноваційного підприємництва

<i>Оксана Вінська, Володимир Токар</i>	252
СПРИЯННЯ ГЕНДЕРНІЙ РІВНОСТІ В УКРАЇНІ ЗА ДОПОМОГОЮ ОСВІТНИХ ПРОГРАМ З ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА	
<i>Наталія Жовнір, Раїса Шинкаренко</i>	255
РОЗВИТОК ТА ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ МОЛОДІЖНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У ПОЛТАВСЬКІЙ ОБЛАСТІ	
<i>Наталія Задорожнюк</i>	257
ПОТЕНЦІАЛ НАИБОЛЕЕ ПЕРСПЕКТИВНЫХ УНИВЕРСИТЕТОВ МИРА ПО ПОДГОТОВКЕ СПЕЦИАЛИСТОВ СФЕРЫ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ	
<i>Алла Касич</i>	260
РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ УНІВЕРСИТЕТІВ ЯК ОСНОВА ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ЇХ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ	
<i>Олена Криворучкіна, Дарія Юшкова</i>	262
ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У СИСТЕМІ ВИЩОЇ ОСВІТИ	
<i>Valentyna Lavrenenko, Liudmyla Petrenko</i>	264
FORMATION OF UNIVERSITY-CENTERED ECOSYSTEMS OF INNOVATIVE ENTREPRENEURSHIP IN UKRAINE	

<i>Вікторія Ніколаєва, Анастасія Бруханська</i>	267
ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ У ПРОСУВАННІ ВНЗ НА РИНКУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ	
<i>Людмила Петренко, Яна Маякова</i>	269
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА	
<i>Ірина Павленко, Дмитро Метелюк</i>	271
ІННОВАЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ ПІДПРИЄМСТВ	
<i>Елена Деревянко</i>	274
СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ УПРАВЛЕНИЯ РЕПУТАЦИЕЙ: МИР И УКРАИНА	
<i>Александр Павленко .</i>	276
СТРАТЕГИЧЕСКИЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ ЦЕЛИ УНИВЕРСИТЕТА	
<i>Hrebenkov Yevhenii, Petrenko Liudmyla</i>	279
THE ECONOMIC ESSENCE OF INNOVATION POTENTIAL IN TERMS OF RESOURCE AND PROCESS APPROACHES	

Секція № 1

Сучасні тенденції розвитку інноваційного підприємництва: глобальний та національний вимір

УДК 330.34

Катерина Бойченко

к.е.н., доцент кафедри економіки підприємств

ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,

boychenka@ukr.net

ФОРМУВАННЯ МЕРЕЖЕВОЇ ВЗАЄМОДІЇ У ПРОЦЕСІ РЕАЛІЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПРОЕКТІВ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ КОМПАНІЇ

ФОРМИРОВАНИЕ СЕТЕВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В ПРОЦЕССЕ РЕАЛИЗАЦИИ БИЗНЕС-ПРОЕКТОВ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА КОМПАНИИ

FORMATION OF NETWORK INTERACTION IN THE PROCESS OF IMPLEMENTATION OF BUSINESS PROJECTS OF COMMERCIALIZATION OF INNOVATIVE POTENTIAL COMPANY

Анотація. В роботі досліджено особливості формування мережевої взаємодії підприємств і об'єктів інноваційної інфраструктури в процесі комерціалізації, яке засноване на їх пов'язуванні в єдиний ланцюжок реалізації бізнес-процесів на основі взаємної зацікавленості для досягнення загальних кінцевих результатів реалізації інноваційних проектів. Визначено ключові аспекти процесу реалізації бізнес-проектів комерціалізації інноваційного потенціалу компанії. Виокремлено ключові етапи побудови мережевої взаємодії в рамках комерціалізації інноваційного потенціалу підприємств.

Аннотация. В работе исследованы особенности формирования сетевого взаимодействия предприятий и объектов инновационной инфраструктуры в процессе коммерциализации, основанное на их увязке в единую цепочку реализации бизнес-процессов на основе взаимной заинтересованности для достижения общих конечных результатов реализации инновационных проектов. Определены ключевые аспекты процесса реализации бизнес-проектов коммерциализации инновационного потенциала компании. Выделены ключевые этапы построения сетевого взаимодействия в рамках коммерциализации инновационного потенциала предприятий.

Abstract. In the paper, the features of formation of network interaction of enterprises and objects of innovative infrastructure in the process of commercialization, which is based on their association in a single chain of business processes realization on the basis of mutual interest for achievement of the general end results of the implementation of innovative projects were investigated. The key aspects of the process of realization of business projects of commercialization of innovative potential of the company were identified. The key stages of building a network interaction in the framework of commercialization of innovative potential of enterprises were singled out.

Ефективне використання наявного інноваційного потенціалу вітчизняних підприємств потребує вирішення завдання його комерціалізації, яке може стати основою як для результативного відтворення з метою забезпечення розвитку країни, стійкості і стратегічної конкурентоспроможності вітчизняних компаній, так і розвитку економіки в цілому, що визначає актуальність теми даного дослідження.

Значною мірою комерціалізації інноваційного потенціалу підприємств сприяє формування інноваційної інфраструктури, яка має компетентності і створює умови для ефективної реалізації інноваційних проектів, включаючи проекти комерціалізації інноваційного потенціалу підприємств.

Формування мережевої взаємодії як визначальної форми співпраці в науково-технічній та інноваційній сфері розглядається в працях багатьох дослідників, таких як Н.В. Басов, О.М.

Боличев, К.Ю. Волощенко, О.В. Борисова, Л.М. Дробішевська, В.А. Кучерук, О.В. Конишев, А.М. Лобок, О.А. Неретина, Б.О. Когут, К. Мюллер, А. Раяла, С. Сван. Разом з тим, недостатньо розробленими залишаються питання визначення архітектури мережевої взаємодії з урахуванням специфіки реалізованих інноваційних проектів. Недостатня увага також приділена питанням вибору форм і розробці методики побудови мережевої взаємодії між об'єктами інноваційної інфраструктури та іншими суб'єктами інноваційної діяльності в процесі реалізації інноваційних проектів.

Побудова мережевої взаємодії підприємств і об'єктів інноваційної інфраструктури в процесі комерціалізації засноване на їх пов'язуванні в єдиний ланцюжок реалізації бізнес-процесів на основі взаємної зацікавленості для досягнення загальних кінцевих результатів реалізації інноваційних проектів. У мережевій взаємодії залучаються об'єкти інвестиційно-фінансової та ринкової інфраструктури, що дозволяє забезпечити формування попиту на інноваційну продукцію, підвищити ефективність реалізації завершальних стадій інноваційного процесу, залучити додаткові джерела фінансування для реалізації інноваційних проектів [2, 3]. Для вирішення завдання побудови мережевої взаємодії в рамках комерціалізації інноваційного потенціалу підприємств можна виокремити такі етапи методики побудови мережевої взаємодії:

- 1) декомпозиція окремого інноваційного проекту на складові його бізнес-процеси;
- 2) розподіл бізнес-процесів інноваційного проекту на основі матриці розподілу бізнес-процесів інноваційних проектів за об'єктами інноваційної інфраструктури з метою визначення потенційних учасників мережевої взаємодії [1];
- 3) оцінювання забезпеченості бізнес-процесів об'єктами інноваційної інфраструктури;
- 4) вибір об'єктів інноваційної інфраструктури за межами регіону або країни в цілому;
- 5) визначення альтернативних форм взаємодії з вибраними об'єктами інноваційної інфраструктури;
- 6) вибір форм мережевої взаємодії.

Вибір форм мережевої взаємодії залежить від характеру взаємодії об'єктів інноваційної інфраструктури, наявності ресурсів для реалізації бізнес-процесів, рівня ризиків і наявності державної підтримки учасників реалізації інноваційних проектів [4].

Взаємодія учасників реалізації інноваційних проектів в різних організаційних формах підвищує ефективність використання інструментів стимулювання. У свою чергу, розподіл стимулювання між усіма учасниками реалізації інноваційного проекту, забезпечує їх фінансову стійкість за рахунок підвищення зацікавленості в отриманні кінцевого результату реалізації інноваційних проектів, включаючи проекти комерціалізації інноваційного потенціалу підприємств.

Таким чином, запропонована методика формування мережевої взаємодії дозволяє встановити об'єкти інноваційної інфраструктури, а також визначити форми їх взаємодії в процесі реалізації інноваційного проекту, що дозволяє забезпечити взаємну зацікавленість всіх учасників в отриманні кінцевого результату реалізації проекту комерціалізації результатів науково-технічної діяльності.

Література

1. Борисова Е. В. Матрица распределения бизнес-процессов инновационных проектов как инструмент формирования инновационной инфраструктуры / Е. В. Борисова // Интернет-журнал «Науковедение». 2016. – Том 8. – № 4 (35). Режим доступа: <http://naukovedenie.ru/PDF/77EVN416.pdf>.
2. Лобок А. М. Сетевое взаимодействие: новый формат или модное название? / А. М. Лобок // Журнал руководителя управления образованием. 2014. – № 7. – С. 1-8.
3. Неретина Е. А. Типы конфигурация и способы построения межорганизационных сетей / Е. А. Неретина // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. 2014. – Выпуск № 2 (30). – С. 196-204.
4. Moller K., Rajala A., Svahn S. Strategic business nets – their type and management / K. Moller, A. Rajala, S. Svahn // Journal of Business Research. 2005. – Vol. 58. – No 9. – P. 1274-1284.

Анжела Грилицька

*к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства,
обліку і аудиту, ЧНУ ім. Богдана Хмельницького,*

viola-albina@ukr.net

Віолетта-Олена Грилицька

студентка, ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,

grylitska@gmail.com

ФОРМУВАННЯ СПРИЯТЛИВОЇ СФЕРИ ДЛЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ ТА ЇЇ НАПРЯМИ

ФОРМИРОВАНИЕ БЛАГОПРИЯТНОЙ СФЕРЫ ДЛЯ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ И ЕЕ НАПРАВЛЕНИЯ

DEVELOPING THE BRIGHT COMMUNITY FOR INNOVATION-DRIVEN GROWTH OF ECONOMICS AND ITS DIRECTIONS

Анотація. Визначені проблеми формування інноваційної економіки. Виявлені основні напрями формування сприятливого середовища для інноваційного розвитку економіки. Визначені проблеми інноваційного розвитку та виявлені варіанти їх вирішення. На основі аналізу розглянута сутність стратегії інноваційного розвитку за видами інноваційних стратегій.

Аннотация. Определены проблемы формирования инновационной экономики. Выявлены основные направления формирования благоприятной среды для инновационного развития экономики. Определены проблемы инновационного развития и выявлены варианты их решения. На основе анализа рассмотрена сущность стратегии инновационного развития по видам инновационных стратегий.

Annotation. The friction points of creating the innovative economy are identified. The main directions of the bright field for innovation-driven growth of economics are considered. The frictions points of innivation-driven growth are identified and their dicision options are formed. The content of innovation-driven growth strategy, which is based on the analysis by the types of innovative strategies is considered.

Становлення майбутнього економічного розвитку неможливе без урахування інноваційного фактору розвитку економіки. Ще з початку 90-х років науковий світ почав усвідомлювати феномен інноваційної та технологічної глобалізації. Можна сміливо стверджувати, що саме з 90-х років, років глобалізації і розпочався «низький старт» інноваційного розвитку.

Інституційною проблемою формування інноваційної економіки на сьогодні є її недосконалість відносин власності. Низький рівень легітимності статусу власників формує фундаментальну нерівність у відносинах між ними і державою, яка в будь-який момент на законних підставах може відсторонити цих власників від процесу присвоєння належного їм капіталу. Результатом є відсутність у власників економічного інтересу до структурного і технологічного розвитку свого бізнесу, необхідного для виведення економіки в цілому на сучасний рівень технологічного розвитку шляхом інвестування у національне виробництво [3, с.43]. У промислово розвинених країнах на першому етапі створення інститутів інноваційного розвитку вирішувалися проблеми розподілу прав власності на результати науково-технічної діяльності.

Таким чином, основними напрямками формування сприятливого середовища для інноваційного розвитку економіки, повинні стати:

1) формування ефективно функціонуючого сектора промисловості: проведення техніко-технологічного оновлення промислових підприємств; вирішення завдань формування та нарощування компетенції окремих організацій; узгодженості дій учасників конкурентного ринку;

2) розвиток і стимулювання інноваційної активності у підприємницькому секторі: забезпечення узгодження інтересів власників інвестиційного капіталу і реалізації державної політики у цій сфері; формування податкових стимулів для впровадження інновацій та розвитку компаній, зайнятих у сфері високих технологій; надання субсидій вже діючим компаніям на компенсацію витрат по розробці нових продуктів, послуг і методів їх виробництва; надання широкого доступу населенню до навчання основам підприємництва;

3) формування інституційного середовища: подолання невизначеності у змістах категорій в нормативних документах і цільових орієнтирах реалізованих інноваційних стратегій та програм; зниження адміністративних бар'єрів при організації бізнесу; зниження масштабів тіньових відносин; подолання низького рівня інституціоналізації відносин власності [1].

В умовах розвитку ринку інновацій актуальним завданням стає посилення ролі держави в забезпеченні інноваційного розвитку економіки. Зарубіжний досвід інноваційної діяльності показує, що ключовим завданням інноваційного розвитку економіки в країнах виступає прагнення до зростання відповідної інфраструктури, яка стимулює процес передачі технологій та комерціалізацію досліджень і розробок; вдосконалення технологій проведення комерціалізації та розвитку інноваційної інфраструктури [5, с.43].

Для України обґрунтування довгострокової стратегії інноваційного розвитку пов'язане зі значними проблемами, які потребують вирішення. Автори [2, с.32] наполягають на необхідності реалізації стратегії технологічного прориву (ендогенного розвитку) в економіці для забезпечення економічного зростання на основі конкурентних переваг, механізму ринкової конкуренції, підприємницької ініціативи та державної підтримки інноваційного розвитку. В таблиці 1 представлені стратегії інноваційного розвитку.

Таблиця 1

СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Вид інноваційної стратегії	Сутність стратегії інноваційного розвитку	Країни, в яких реалізується стратегія
Стратегія перенесення, або стратегія «переслідування», копіювання продукції	Використання наявного зарубіжного науково-технічного потенціалу через закупівлю ліцензій на високоефективні технології для освоєння випуску конкурентоспроможної продукції, що вже виробляється в розвинутих країнах	Японія
Стратегія запозичення, або стратегія лідерних технологій	Використання власного науково-технічного потенціалу на основі нагромадження основного капіталу для виробництва наукоємної продукції високорозвинених держав світу, формування попиту на неї і виходу на нові ринки	Країни Південно-Східної Азії
Стратегія нарощування, або інноваційно-проривна стратегія	Використання власного науково-технічного потенціалу, створення принципово нових видів продукції, що випереджають сучасні зразки на одне-два покоління, досягнення інтеграції фундаментальної та прикладної науки	США, країни Західної Європи

Варто зазначити, що порівняльний аналіз позитивного зарубіжного досвіду розвинених країн, а також негативного досвіду при нейтральному ставленні держави до науки свідчить про те, що без ефективної підтримки держави не можливо сформувати перспективні зрушення. В таблиці 2 сформувані проблеми інноваційного розвитку та варіанти їх вирішення.

Таблиця 2

ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТА ВАРІАНТИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

Проблеми	Варіанти вирішення проблем
1	2
Фінансове забезпечення	1. Стимулювання приватних інвестицій. 2. Підтримка національних виробників інновацій. 3. Вдосконалення механізму відбору інновацій для комерціалізації.
Організаційне забезпечення	1. Стимулювання діяльності учених. 2. Інтеграція політики в області науки і технологій з промисловою політикою. 3. Підтримка державою суспільних та приватних ініціатив.

1	2
Нормативно-правове забезпечення	Стимулювання вчених до трансферу інновацій
Контроль за дотриманням державних витрат	Можливість вкладення бюджетних коштів в створення інноваційних компаній

Об'єктивне вирішення зазначених проблем є необхідною умовою вироблення стратегії модернізації країни на основі переходу до інноваційного типу розвитку [4,с.14]. Зниження соціально-економічних витрат подібного переходу означає необхідність максимального врахування ролі окремих регіонів у соціально-економічній системі країни.

Таким чином, на сьогодні інноваційна політика повинна інтегрувати в собі багато напрямів регулювання соціально-економічних відносин, зокрема заходи в сфері розвитку освіти, регулювання конкуренції, міжнародної відкритості, прозорості, формування громадянського суспільства, розвитку науки та технологій тощо. Головними цілями розвитку інноваційного сектору повинні стати зняття існуючих бар'єрів для інноваційного розвитку: забезпечення справедливої конкуренції у всіх галузях, забезпечення захисту інтелектуальної власності, розвиток механізмів венчурного фінансування, технологічної й інформаційної інфраструктури. У сучасних умовах функціонування національної економіки інноваційний розвиток постає найважливішим напрямом підвищення конкурентоспроможності економіки країни на усіх рівнях господарювання.

Література

1. Державне управління регіональним розвитком України : монографія / за заг. ред. В.Є. Воротіна, Я.А. Жаліла. – К. : НІСД, 2010. – 288 с.
2. Інноваційна стратегія українських реформ / А.С. Гальчинський, В.М. Гець, А.К. Кінах, В.П. Семиноженко. – К. : Знання України, 2002. – 336 с.
3. Карп'юк О. Макроекономічні умови інноваційного розвитку держави //О.Карп'юк//Банківська справа. – 2012. - №3. – С.45-53
4. Кириченко О.А. Інноваційний розвиток економіки в контексті сучасної теорії модернізації//О.А.Кириченко, Ю.І.Вигівська//Економіка та держава. – 2011. - №7. – С.13-16.
5. Крищенко Д. Механізм підвищення конкурентоспроможності національної економіки//Д.В.Крищенко//Формування ринкових відносин в Україні. – 2012. - №5(1). – с.43-47.

УДК: 658: 330. 341.1

Олег Данніков
к. е. н., доцент кафедри маркетингу,
ДВНЗ «КНЕУ ім. В.Гетьмана»,
olegdannikov@gmail.com
Інна Івасько
аспірантка ДУ «ІЕПрНАНУ»,
inna.ivasko@gmail.com

ВПЛИВ СТРУКТУРНО-ІННОВАЦІЙНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ НА ЕКОНОМІЧНЕ ЗРОСТАННЯ

ВЛИЯНИЕ СТРУКТУРНО-ИННОВАЦИОННЫХ ПРЕОБРАЗОВАНИЙ НА ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ

INFLUENCE OF STRUCTURAL-INNOVATIVE TRANSFORMATIONS ON ECONOMIC GROWTH

Анотація. Головний акцент в дослідженні зроблено на загостренні різнопланових протиріч між сформованою структурою суспільного відтворення, станом конкуренції та системними перешкодами для розвитку внутрішнього ринку. Автором проаналізовано найважливіші фактори деформації економічних стратегій України.

Що зумовлює потребу в пошуку нових ринків збуту за умов обґрунтування та прийняття оптимальних управлінських рішень для ефективної організації підприємницької діяльності з урахуванням впливу макросередовища.

Аннотация. Главный акцент в исследовании сделан на обострении разноплановых противоречий между сложившейся структурой общественного воспроизводства, состоянием конкуренции и системными препятствиями для развития внутреннего рынка. Автором проанализированы важнейшие факторы деформации экономических стратегий Украины. Что обуславливает потребность в поиске новых рынков сбыта при обосновании и принятия оптимальных управленческих решений для эффективной организации предпринимательской деятельности с учетом влияния макросреды.

Annotation. The main emphasis in the study is made on the aggravation of diverse contradictions between the existing structure of social reproduction, the state of competition and systemic obstacles to the development of the domestic market. The author analyzes the most important factors of deformation of Ukraine's economic strategies.

That causes the need to search for new markets in the rationale and adoption of optimal management decisions for the effective organization of entrepreneurial activities, taking into account the influence of the macro environment.

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что на современном этапе развития украинской экономики рынок смещает предпринимательские акценты. С проблем производственно-технического характера менеджмент должен переключиться на формирование управленческих решений, связанных с маркетинговым обеспечением хозяйственной деятельности предприятий в условиях турбулентности внешней среды.

Деиндустриализация экономики Украины на фоне перманентного политического кризиса, привела к плачевным последствиям:

- снижению платежеспособного спроса;
- несоответствию производственной номенклатуры товаров структуре потребления;
- повышению себестоимости продукции, росту цен реализации и гиперинфляции.

У отечественного бизнеса в условиях дефицита бюджета, появляется необходимость с высокой степенью эффективности осуществлять поиск инновационных маркетинговых решений для выхода на новые рынки сбыта.

Постановка задачи. Принимая во внимание современные тенденции развития предпринимательства на глобальном и национальном уровне, стоит задача сформулировать основные направления внедрения инновационных маркетинговых стратегических решений, учитывая внешние торговые ограничения на фоне сокращения внутреннего спроса.

В таких условиях усиливается необходимость разработки методических и прикладных подходов к принятию инновационных маркетинговых решений и гармонизации взаимоотношений всех субъектов товарного рынка.

Изложение результатов исследования. Трансформации, которые происходят в украинской экономике требуют от менеджмента не только обращать внимание на организацию операционной деятельности фирмы. А формировать миссию и стратегию на перспективу и с высоким уровнем адаптации к турбулентности макромаркетинговой среды.

Данные ряда исследований, позволяют констатировать утрату позиций и конкурентных преимуществ на развивающихся ипотенциально привлекательных, динамичных рынках. В

результатом постоянного повышения цен на энергоресурсы, что обуславливает рост себестоимости продукции и, соответственно цен реализации.

Отрицательное воздействие на процессы интеграции в мировое сообщество, оказывает структура экономики Украины. В которой преобладают менее технологичные и более трудоемкие отрасли по сравнению даже с отстающими странами ЕЭС. Как следствие в структуре экспорта значительна часть товарной продукции с низкой добавленной стоимостью, а также очень энергозатратной (ресурсозатратной) и низкоэкологичной [1; 2].

Низкая конкуренция на внутреннем рынке Украины, небольшая емкость на фоне концентрации капитала и значительной доли теневого сектора не позволяют создать надлежащие условия для инновационного прорыва и создания драйверов роста. В сложившихся условиях монополизации внутреннего рынка, невозможно добиться результативности в поисках новых рынков сбыта.

Как показывает исторический опыт общественно-экономической эволюции, динамический рывок в развитии социально-экономических систем достигается на основе поиска новых способов ресурсной подпитки, что проявляется в очередной технологической революции. При этом социально-экономический прогресс в течение последних столетий осуществляется в условиях уменьшения объема ресурсного обеспечения на основе повышения эффективности его использования, отдачи.

Например, современное социально-экономическое развитие иллюстрирует поступательное сокращение массы используемого труда, роли физических усилий «в пользу» роста производительности труда за счет технико-технологических нововведений и повышения качества рабочей силы. Поэтому все отчетливее проявляется общественно-экономическая тенденция, согласно которой в развитых странах человеческий капитал приобретает особую ценность и первостепенное значение приобретают его качественные характеристики – компетенции.

Экономический рост развитых стран мира обеспечивается за счет использования информационных ресурсов и источников, главным носителем которых выступает человек с высоким уровнем общеобразовательной, научной и специальной подготовки. В этих условиях традиционное «ядро» системы экономических отношений – отношения собственности на средства производства (физический капитал) – уступает свое место и значимости социально-трудовым отношениям по поводу использования знаний, навыков, компетенций работников (интеллектуального капитала).

Поэтому эффективное функционирование экономики Украины все больше зависит от структурно-инновационных преобразований и активности носителей интеллектуального капитала. От того, насколько общество заинтересовано (материально и морально) в достижении высоких результатов деятельности внутри страны. С учетом глобализационных рисков в условиях открытости украинской экономики, происходит углубление структурных деформаций. Увеличивается отток интеллектуального капитала и рабочей силы за пределы страны. Ситуация не ограничивается тривиальными решениями существующих проблем и директивными методами в экономике. В современных условиях необходимо развитие инновационного предпринимательства и поиск драйверов роста способных конкурировать в глобальном мире.

Украинская экономика в условиях активного декларирования евроинтеграционных устремлений в политической плоскости, характеризуется неопределенностью в отношении бизнеса к ключевым приоритетам развития. Как следствие, дезинтеграция производственно-технологического комплекса и разрушения и дезорганизация обеспечения цикла «наука - техника - производство». Бесспорно, нельзя приуменьшать влияние внешнего воздействия и глобализационных рисков на формирование экономической стратегии. Однако, системные препятствия и несовершенство развития внутреннего рынка, являются важнейшими факторами деформации экономических стратегий Украины.

В этих условиях внешнеполитический вектор страны в рамках евроинтеграционной составляющей находится в состоянии постоянной конфронтации с внешнеэкономическими

потребами внутрішнього товаропроизводителя. Это привело к резкому сокращению реального сектора национальной экономики, падению уровня жизни населения страны и все увеличивающейся трудовой миграции [1; 2].

Можно сделать вывод, что наращивание темпов производства и повышения эффективности ведения украинского бизнеса, сдерживается нерешенностью ряда вопросов. Поиск решения, которых находится в рамках адекватных средств и методов организационно-инновационной предпринимательской деятельности. Необходимо, ориентироваться в первую очередь на: ускорение научно-технического прогресса; усиление акцента на индивидуализированные (персонализированные) запросы потребителя; учет растущей конкуренции и давления ТНК; демополилизацию и диверсификацию всех сфер экономики.

Литература

1. Данніков О.В. «Процес уточнення стратегічного напрямку маркетингової діяльності господарюючих суб'єктів на вітчизняному та глобальних товарних ринках» Економіка та підприємництво: зб. наук. пр. молодих учених та аспірантів: у 2 ч. / О.В. Данніков // КНЕУ. – К., 2015., - с.197-208;

2. Данніков О.В. «Оцінка факторів ситуаційного впливу на процес формування стратегій розвитку підприємства» Вчені записки : зб. наук. пр. № 17 / О.В. Данніков // КНЕУ. – К., 2016., - с.62-73.

УДК 336

Олександр Діба

*к.е.н., доцент, доцент кафедри інвестиційної діяльності,
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,
dyba_m@ukr.net*

ІЄРАРХІЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ

ИИЕРАРХИЯ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

HIERARCHY OF BUSINESS INNOVATIVE DEVELOPMENT

Анотація. У дослідженні обґрунтовано вектори прояву ієрархії інноваційного розвитку бізнесу. Наведено узагальнюючу схему рівнів ефектів інноваційного розвитку бізнесу. Досліджено вітчизняні законодавчі основи стимулювання інноваційного розвитку на національному рівні, ієрархію інноваційного розвитку суб'єкта бізнесу.

Аннотация. В исследовании обосновано векторы проявления иерархии инновационного развития бизнеса. Представлена обобщающая схема уровней эффектов инновационного развития бизнеса. Исследованы отечественные законодательные основы стимулирования инновационного развития на национальном уровне, иерархия инновационного развития субъекта бизнеса.

Annotation. Some possible directions of innovative business development hierarchy estimated within current research. The general scheme of the innovative business effects levels development is given. The national legislative bases for innovation development stimulation and the hierarchy of innovative development on the business entity level are investigated.

Інноваційний розвиток відбувається за рахунок систематичного впровадження нововведень, що реалізуються в рамках інноваційної діяльності, яка здійснює безпосередній вплив на розвиток виробництва та фінансово-економічні результати діяльності суб'єктів господарювання. Складність та багатоаспектність інноваційної діяльності стає причиною для формування та еволюцію різноманітних теоретико-методологічних підходів до обґрунтування проблем та перспектив інноваційної діяльності. Натомість, на практиці інноваційний розвиток суб'єкту бізнесу є достатньо багатограним процесом, що перебуває

в залежності від низки факторів на мікро- та на макро- рівні. Актуальності набуває дослідження різних проявів ієрархії інноваційного розвитку бізнесу, що зумовлює потребу систематичного дослідження .

Однією із головних причин складності інноваційного розвитку бізнесу є існування проблем, зумовлених недостатнім обсягом ресурсів для його фінансування. Проте, на практиці потенціал фінансування інноваційного розвитку з різних джерел залежить від очікуваного прояву ефекту інноваційного розвитку. Зокрема, такий ефект може проявлятися, як: ефект безпосередньо для виробничого процесу (безпосередній ефект інноваційного розвитку), ефект для суб'єкта бізнесу (ефект локального масштабу в результаті інноваційного розвитку), з огляду на ефект, який знаходить свій прояв на національному рівні (загальнонаціональний ефект інноваційного розвитку) та міжнародний прояв такого ефекту (рис. 1).

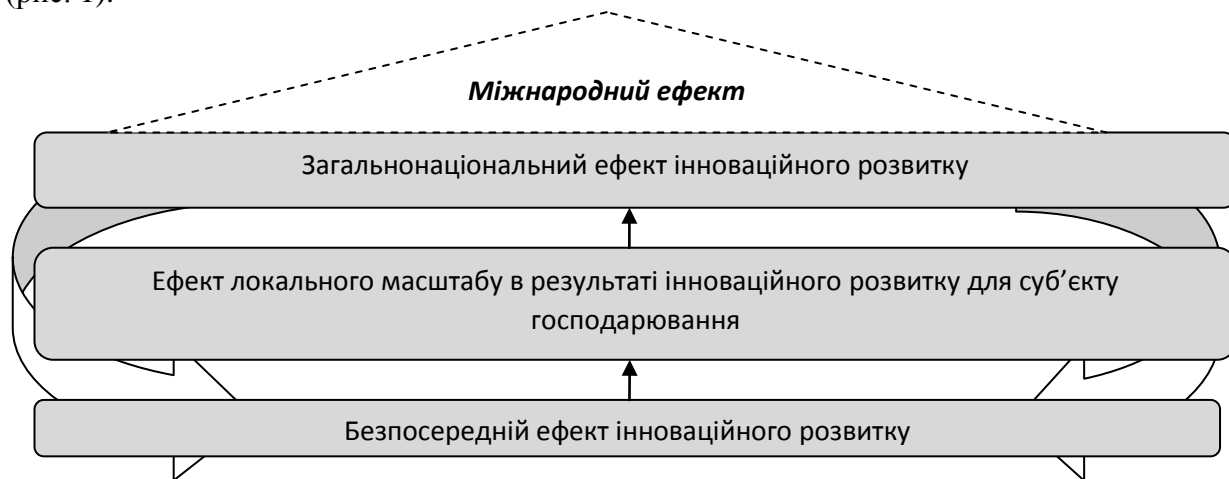


Рис. 1. Рівні ефектів від інноваційного розвитку*

*Джерело: складено автором

Для забезпечення конкурентоспроможності суб'єкта бізнесу на національних та міжнародних ринках на кожному із рівнів формуються моделі фінансування інновацій.

На міжнародному рівні застосовується комплексна оцінка параметрів національної інноваційної системи [1]. Так, інноваційна спроможність та технологічна готовність вітчизняної економіки відображається у ряді міжнародних індексів, а саме у: Глобальному індексі конкурентоспроможності, Глобальному індексі інновацій, Індексі ведення бізнесу, Індексі людського розвитку та інших.

На національному рівні, параметри ефективності інноваційного розвитку диференціюються в межах інноваційної політики, яка формує основу для підвищення ефективності використання національних наукового, освітнього, інтелектуального та технологічного потенціалів. Це стимулює ділову активність у перспективних (інноваційних) галузях. Одночасно, відбуваються процеси санації або згорання виробництва у депресивних та застарілих галузях.

В Україні ключові принципи державної інноваційної політики визначені законодавчо [2]. Зокрема, в контексті стимулювання пріоритетних напрямів інноваційної діяльності зосереджено увагу на інноваційному шляху зростання національної економіки; пріоритетні для держави сфери та галузі інноваційного розвитку; існуючу нормативно-правову базу для інноваційної діяльності; потенціал застосування переваг науково-технічного та інноваційного потенціалу суб'єктів бізнесу в Україні; створенні умов для взаємозв'язків між наукою, освітою, виробництвом, діяльністю банків та небанківських фінансових установ; системі фінансових механізмів сприяння інноваційній діяльності; заходи підтримки науково-технологічної кооперації та трансферу технологій на національному та міжнародному рівнях; трансформацію інноваційної інфраструктури; інформаційне та кадрове забезпечення суб'єктів інноваційної діяльності

На рівні суб'єкта бізнесу формується відособлена ієрархія інноваційного розвитку, яка реалізується на основі взаємодії різноманітних функціональних складових. Наприклад, японські вчені розглядають ієрархію інноваційного розвитку (рис. 2).

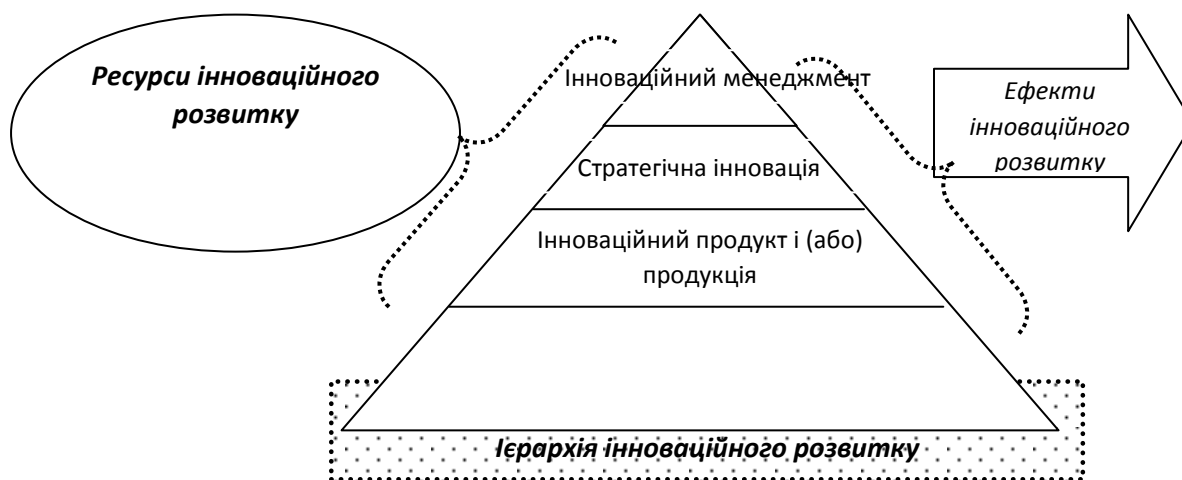


Рис.2. – Ієрархія інноваційного розвитку суб'єкта бізнесу*

* Джерело: складено автором самостійно

Так, на першому етапі обґрунтовується операційна інновація, яка дозволяє приступити до виробництва продукту. Ефект від реалізації інноваційного продукту і (або) продукції залежить від наявності стратегічної інновації, яка сприяє формуванню комплексу менеджменту інноваційного розвитку [3]. Стратегічна інновація передбачає формування стратегій росту, інноваційних типів товарів та послуг, бізнес-моделей, що сприяють змінам ситуації на ринках та створюють додаткову вартість для потреб споживачів [4].

Таким чином, з огляду на результати наведеного вище аналізу, можемо стверджувати, що інноваційний розвиток суб'єктів бізнесу є не лише багатовекторним, але й ієрархічним процесом. Тому, в контексті стимулювання інноваційних процесів сьогодення важливо звертати увагу не лише на безпосередні наслідки інноваційного розвитку, але й на фактори та специфіку його проходження на різних ієрархічних щаблях.

Література

1. Стан інноваційної діяльності та діяльності у сфері трансферу технологій в Україні у 2016 році. Аналітична довідка. – К.: Міністерство освіти і науки України, 2016. – 131 с.
2. Про інноваційну діяльність. Закон України від 04.07.1991 р. № 40–IV / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=40-15>
3. Eduardo Lora and Carmen Pagos. "Face-to-Face with Productivity" /Finance & Development/, March 2011, Vol. 48, No. 1.
4. Koko Nakahara. Fostering and Managing Technical Innovation: A Practice of Japanese Manufacturing Company (April 2011), Instructional Design, Inc. Japan.

Людмила Долгова
к. е. н., доцент кафедри економіки підприємств,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»,
l.dolgova@meta.ua

Юлія Лавринович
студентка 4 курсу факультету економіки та управління
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»,
iulia.lavrinovich@ukr.net

ПРОЕКТНИЙ ПІДХІД ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ МЕТОД В РОЗРОБЦІ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

ПРОЕКТНЫЙ ПОДХОД КАК ИННОВАЦИОННЫЙ МЕТОД В РАЗРАБОТКЕ И РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

PROJECT APPROACH AS AN INNOVATIVE METHOD IN THE DEVELOPMENT AND IMPLEMENTATION OF ENTERPRISE STRATEGY

Анотація. В роботі досліджено об'єктивну необхідність розробки та впровадження проектів як інструментів реалізації ділової стратегії підприємства в сучасних умовах. Запропоновано напрями вирішення проблеми створення і розвитку середовища для здійснення проектної діяльності в організації корпоративної системи управління проектами в українському бізнесі.

Аннотация. В работе исследована объективная необходимость разработки и внедрения проектов как инструментов реализации деловой стратегии предприятия в современных условиях. Предложены направления разрешения проблемы образования и развития среды для осуществления проектной деятельности в организации корпоративной системы управления проектами в украинском бизнесе.

Abstract. The objective necessity of development and introduction of projects as tools for realizing the enterprise's business strategy in modern conditions is investigated. Proposed directions for solving the problem of education and development of the environment for the implementation of project activities in the organization of corporate project management in the Ukrainian business.

В сучасних умовах в Україні для формування ефективної системи управління підприємствами важливого значення набуває здатність використання принципів стратегічної гнучкості. Для забезпечення ефективного управління набором ділових стратегій процес досягнення стратегічних цілей підприємства, в умовах ринку обмежених фінансових, трудових, матеріальних ресурсів та часу, доцільно здійснити у формі інвестиційного проекту. Низький рівень використання проектного підходу на підприємствах призводить до пониження ефективності реалізації ділової стратегії.

Мета дослідження полягає в розгляді основних детермінант, що впливають на необхідність розробки та впровадження інвестиційних проектів як інструментів реалізації ділової стратегії підприємства.

Розвиток сучасного бізнес-середовища характеризується зростанням швидкості змін та інтенсивності конкуренції, що посилює залежність підприємницьких структур від рівня інформаційної обізнаності та адаптаційних здатностей організацій. Успішність ефективного довгострокового функціонування підприємств усе більше стає залежною від якості та вчасності проведення стратегічних змін направлених на довгостроковий розвиток компанії. Така ситуація обумовлює потребу в розробці ефективного управлінського інструментарію розвитку підприємства.

У сучасному світі вижити в конкурентній боротьбі можуть тільки ті підприємства, які вміють швидко розпізнати зміни у зовнішньому середовищі і трансформуватися відповідно до їх вимог, причому здатність організації швидко і гнучко перебудовуватися

перетворюється сьогодні, по суті, в обов'язковий безперервний процес. Актуальною науковою і практичною задачею є розробка та апробація методик, технологій та інструментальної підтримки процесів розробки, реалізації та безперервного розвитку та вдосконалення стратегій підприємства (і стратегій розвитку і стратегій конкурентної боротьби) [1,-с.775].

У сучасному стратегічному управлінні досить широко використовується проектний підхід до розробки і реалізації стратегії підприємства. Концепція такого підходу полягає в ідеї розгляду розвитку, змін в структурі і діяльності, і самої діяльності підприємства як сукупність різних проектів, що забезпечують досягнення стратегічних цілей організації. Як окремих проектів, так і згрупованих в портфелі і програми проектів.

Стратегія розвитку компанії розробляється з використанням інструментів управління проектами. Проектами стратегічного розвитку необхідно управляти з урахуванням того, що вони спрямовані на досягнення стратегічної мети і, крім того, завжди є необхідність розподіляти обмежені ресурси між проектами [4,-с.88].

Створення і розвиток системи управління проектами - важливе завдання, яке стоїть перед багатьма компаніями в Україні, оскільки дана ситуація вимагає якісного управління проектами і програмами, ініційованими в компаніях. Це завдання актуальне не тільки для проектно-орієнтованих, але і для проектно-керованих компаній, тобто навіть в тих випадках, якщо в компанії здійснюються тільки проекти розвитку, якісне управління ними вимагає застосування методів проектного менеджменту.

Останнім часом спостерігається тенденція зростання кількості проектів в компаніях і існуюча в більшості компаній функціональна або процесна система управління не в змозі координувати таку кількість проектів методами і засобами, наявними в арсеналі. Для управління проектами компанії можуть використовувати такі моделі, методи і засоби управління, які повинні бути інтегровані в загальну схему управління компанією.

Проект - це комплексний системний процес, який спрямований на зміну різних областей життя людини. Існують різні види проектів, що класифікують за певними ознаками. Управління проектом є найважливішою функцією в організаційній діяльності проекту. Вона координує всі типи наявних ресурсів протягом життєвого циклу проекту шляхом застосування методик управління проектом, яка веде до запланованого результату [3,-с.157].

З точки зору системного підходу проект є обмеженою за часом, організованою відповідним чином цілеспрямованою зміною конкретної системи, обмеженою бюджетом всіх видів ресурсів і містить певні вимоги до параметрів кінцевого результату.

Загальні ознаки всіх проектів виражаються: спрямованістю на досягнення конкретних цілей; координованим виконанням взаємозалежних операцій; обмеженнями за часом і ресурсами; унікальністю (неповторністю).

Основною вимогою, що пред'являється до структури проекту, є деталізація елементів структури за рівнями. Успішний розвиток будь-якої організації має визначити три основні складові - стратегії розвитку; методик і технологій здійснення конкретних ініціатив розвитку, і, нарешті, необхідних для цього корпоративних ресурсів. Для ефективного і якісного розвитку вони повинні бути присутніми одночасно, бути збалансованими і релевантними один одному, і мати належну якість.

Сучасний проектний підхід також базується на речах, які просто необхідно враховувати, щоб ефективно управляти всіма процесами розробки стратегії:

- непевність ринкового середовища та постійно зростаючі відповідні ризики;
- унікальність конкретного ринкового середовища, — необхідність обережного та адаптованого перенесення чужого досвіду та корпоративних стандартів з інших країн;
- врахування всіх внутрішніх обмежень;
- врахування очікувань від замовника проекту (як правило — акціонери та топ-менеджмент); відповідно — чітка фіксація термінів та очікуваних результатів на початку проекту;
- необхідність створення ефективної команди від самого початку;

- розуміння, формулювання, виставлення пріоритетів інших важливих проектів по розвитку організації, які, як наслідок, неодмінно впливають із головної стратегії [2,- с.142].

Проектний підхід, як і кожна методика, має свої власні обмеження. Головними є необхідність відповідної культури та зрілості організації, додаткові документи та додаткова формалізація, які неодмінно супроводжують проект. Окремо можна говорити про вартість консалтингу та вартість організації проектного офісу у випадку великих організацій. Навряд чи все це потрібно малому чи навіть середньому бізнесу, які тільки визначають свій стратегічний довгостроковий шлях у бізнесі. З іншого боку, використання навіть деяких методів проектного управління допомагає — РМІ вказує на можливість часткового застосування окремих інструментів у відповідності до технологічної зрілості організації [3,- с.158].

У сучасному світі саме проекти стають засобом досягнення цілей і завдань організації в контексті стратегічного плану. Проекти, як правило, авторизуються у результаті одного або декількох наступних стратегічних міркувань: стратегічні можливості; вимоги ринку; технологічний прогрес; вимоги замовника; законодавчі вимоги [1, с.779].

У свою чергу, стратегічний план організації стає первинним фактором, який управляє інвестиціями в проекти.

Таким чином, проектний підхід має ряд переваг по відношенню до інших підходів, оскільки за своїм визначенням та призначенням він працює з ситуаціями невизначеності та обмежень, які надто поширені сьогодні на ринках та у галузях, з якими організації якось повинні справлятися. Також, від самого початку цей підхід форматує такі важливі речі як цілі, кінцеві результати, команда та розподіл в ній ролей, план-графік, критерії успіху, обумовлює такі речі як управління змінами тощо.

В загальному контексті бар'єрів та цілей, які стоять в стратегічному плануванні проектний підхід грає роль однієї з головних або, на нашу думку, навіть головної методики, яка забезпечує високу ефективність розробки та впровадження в досить складних зовнішніх та внутрішніх умовах:

- не визначені ринкові умови, які постійно змінюються.
- складність встановлення балансу між інтересами зацікавлених сторін.
- складність формування ефективної команди, яка здатна впоратись з очікуваннями щодо розробки стратегії — особливо в наших українських реаліях, характерним для яких є нестача кваліфікованих кадрів та загальний низький рівень бізнес-культури.

Проектний підхід, будучи ефективним інструментом функціонування організації в умовах економіки змін, активно розвивається як за кордоном, так і в Україні. Проблема створення і розвитку середовища для здійснення проектної діяльності в організації корпоративної системи управління проектами особливо актуальна для українського бізнесу. В рамках досягнення цілей стратегічної програми розвитку, проектний підхід набуває все більшої значущості.

Література

1. Гриник І.В. Особливості розробки проекту при реалізації ділової стратегії підприємства / І.В. Гриник, М.С. Дорош // Економіка: проблеми теорії та практики: Збірник наукових праць. – Дніпропетровськ, 2014. – Т. III, Випуск 232. – С. 773- 780.
2. Дорош М.С. Процеси взаємодії проектного та традиційного менеджменту / М.С. Дорош, А.Г. Ясько // Управління проектами: стан та перспективи: Міжнародна науково - практична конференція – Миколаїв, 2015. – С. 141-143.
3. Ребенок А.В. Управління інвестиційним проектом як інструментом реалізації стратегії підприємства / А.В. Ребенок // Актуальні проблеми економіки. – 2016. – № 1. – С. 154-159.
4. Сахно Є.Ю. Дослідження процесу розробки стратегії проекту / Є.Ю. Сахно, А.Г. Ясько // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – № 3. – С. 85-91.

Людмила Долгова
к. е. н., доцент кафедри економіки підприємств,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»,
l.dolgova@meta.ua
Уляна Шевченко
студентка 2 курсу факультету економіки та управління
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»

ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІВНИКІВ

ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ МОТИВАЦИИ РАБОТНИКОВ

INNOVATIVE METHODS OF MOTIVATING EMPLOYEES

Анотація. Порівняно традиційні методи мотивації працівників із інноваційними методами. Досліджені інноваційні методи мотивації працівників. Розглянуто зарубіжний досвід інноваційних методів мотивації працівників в організаціях.

Анотация. Сравниваются традиционные методы мотивации работников с инновационными методами. Исследованы инновационные методы мотивации работников. Рассмотрен зарубежный опыт инновационных методов мотивации работников в организациях.

Abstract. Comparison of old and innovative methods of motivating employees. Innovative methods of motivating employees. Foreign experience of innovative methods of employees in organizations.

У сучасному менеджменті персоналу все більшого значення набувають мотиваційні аспекти. Мотивація персоналу є основним засобом забезпечення оптимального використання ресурсів, мобілізації наявного кадрового потенціалу. Основна мета процесу мотивації – це отримання максимальної віддачі від використання наявних трудових ресурсів, що дозволяє підвищити загальну ефективність і прибутковість діяльності підприємства. Мотивацію персоналу в певному розумінні можна вважати і філософією, і одночасно ключовою технологією сучасного управління, найголовнішою умовою успішності, а також індикатором ефективності роботи організації [1, с. 263].

Мотивація праці у сучасний період переходу України до ринкової економіки є одним із найважливіших чинників, вміле використання якого може сприяти розв'язанню всього комплексу соціально-економічних проблем [1, с. 264]. Однак, протягом багатьох років найбільш широко використовуваним методом мотивації працівників на підприємстві були матеріальні цінності і місце на дошці пошани. Такі методи заохочення персоналу були ефективними ще за часів СРСР, зараз же в умовах ринкової економіки та стрімкого технологічного та наукового процесів, такі методи мотивації вважаються застарілими та неефективними.

В інноваційних методах мотивування персоналу експерти звертають увагу не на суто матеріальні цілі всіх працівників підприємства, а на особливості та цінності кожного з них індивідуально. В нових методах враховується різноманітність внутрішніх мотивів кожного підлеглого і створюється така мотивація, що зможе надихнути до праці кожного індивіда підприємства.

Розберемо це на прикладі дошки пошани. Експерти вважають, що даний метод мотивації має правильну ціль, але застаріле використання. Дошка задовольняє лише потребу у визнанні, не враховуючи того, що деякі працівники більше мотивуються можливістю самовираження, інші – причетністю до колективу у вигляді дружньої атмосфери і корпоративних заходів, а третім важлива залученість у справи компанії або гарантія захищеності у вигляді соціального пакета. Однак, навіть застарілий метод може почати працювати, якщо до нього внести кілька правок. По-перше, потрапити на дошку пошани має

бути складно, але не неможливо, по-друге, посада людини, що нагороджуватиме кращого працівника має бути значною. По-третє, умови потрапляння на дошку пошани мають бути прозорими і зрозумілими для кожного працівника, і звісно, матеріальна винагорода, сума якої має бути відома колективу. Працівникам подобається, коли їх працю оцінюють гідно та прилюдно, тож з даними правками метод запрацює знову[2].

Університет Варвіку, що проводив дослідження серед працівників, зробив висновок, що щасливий трудовий колектив на 12% ефективніше працює. Виходячи з цього, науковці виділяють чотири інноваційні методи стимулювання персоналу:

1) Гнучкі години та можливість працювати дистанційно. Цей метод спрямований на встановлення балансу між роботою та домівкою в житті кожного працівника. За дослідженнями вчених, люди, які відчувають, що вони «одружені» зі своєю роботою, починають відволікатися та працювати гірше у зв'язку із великим бажанням проводити час разом із родиною. Даний метод стає дедалі простішим, враховуючи новітні технології, що дозволяють працювати дистанційно, не несучи жодних недоліків.

2) Домашні тварини у офісі. Дослідники Центрального університету Мічигану встановили, що собаки на робочому місці здатні збільшити довіру серед працівників та слугувати соціальними каталізаторами. Даний метод використовується у офісі інтернет - магазину ETSI та вражає керівництво своєю ефективністю. Домашні тварини швидко знімають стрес та зменшують напругу в офісі.

3) Ігрова кімната в офісі. Експерти переконані, що наявність на роботі пінг-понгу або відеоігор здатні поліпшити як моральні настрої в колективі, так і продуктивність. Даний метод сприяє зменшенню напруженості між колегами та стимулюванню їх спілкування не тільки в межах офісу. Будуючи ігрову кімнату в офісі радять обирати ігри, в яких два та більше гравців, тим самим заохочуючи персонал до спілкування один з одним. Офіс Google використовує дану модель мотивації та оснащений багатьма ігровими кімнатами із найрізноманітнішими іграми. Це сприяє створенню середовища, у якому працівник не думає постійно про роботу і має можливість вчасно зняти нервову напругу.

4) Святкувати частіше. Такий метод допомагає показати персоналу, що він цінується, що сприяє підвищенню морального духу та спонуканню до кращої роботи. Дослідники відзначають, що працівники люблять усвідомлювати, що їх важка праця визнана, і вони, дивлячись на це, мотивуються до подальшої ефективної роботи. Навіть маленьке заохочення здатне стимулювати колектив до праці [3].

Досліджуючи інноваційні методи мотивації працівників, варто спиратися на досвід успішних міжнародних компаній, адже своїм прикладом вони наочно показують ефективність тих чи інших шляхів стимулювання персоналу.

- Відтак всесвітньо відомий McDonalds для своїх підлеглих влаштовує щорічні конкурси талантів, переможець якого виграє набори предметів, що сприятимуть продовженню його захоплення улюбленою справою.

- Такі компанії, як General Motors, Polaroid, Bell Telephone Lab., Radio Corporation of America друкують у власному друкарському виданні працівників, що відзначилися.

- У боротьбі із запізненнями було створено інноваційний метод мотивації працівників – виплата грошових винагород за своєчасне прибуття на роботу протягом певного періоду часу. Таким методом користуються такі фірми: MARSInc., IBM, McDonalds, Лінкольн, Таппарварс [1, с. 265].

- Всім відомий Стів Джобс змінив назву посади консультантів в офісі на посаду «геніїв», тим самим знизив плинність кадрів, адже ніхто не бажав прощатись з такою посадою.

- Німецьке видання «RandomHouse» пропонує працівникам, які відпрацювали в компанії більш, ніж 10 років «творчий відпочинок», схожу відпустку для свого персоналу, що пропрацював більше 15 років, пропонує американське видання журналу «Newsweek». Сутністю даного відпочинку є можливість поїхати у творчу відпустку на півроку, протягом якого працівник отримуватиме 50% своєї заробітної платні [4].

Головною метою мотивації працівників є їх зацікавленість у ефективній роботі на користь підприємства. Для цього необхідно створити умови, які відповідатимуть вимогам керівника організації, а також будуть задовольняти потреби працівників. Більш того, задля правильної та ефективної мотивації персоналу необхідно використовувати не тільки методи мотивації, але і розробляти власну методику мотивації всередині компанії, а також необхідно адаптувати її під кожного працівника індивідуально.

Метою інноваційних методів мотивації персоналу – є створення для них сприятливих умов для праці більше на моральному рівні. Всі інноваційні методи спрямовані на створення відчуття комфорту, підтримки та поваги з боку організації до її працівників. Інноваційність їх полягає у піклуванні про таке середовище у офісі, що сприятиме ефективній праці у його межах та вільному спілкуванню колег за його межами.

Література

1. Ярмош, В. В. Підходи до класифікації сучасних методів мотивації персоналу / В. В. Ярмош // Економічний аналіз : зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол.: В. А. Дерій (голов. ред.) та ін. – Тернопіль : Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2014. – Том 15. – № 3. – С. 263-268.
2. Левинская О. Кому нужна доска почета [Електронний ресурс]/ О. Левинская. -Режим доступу до ресурсу : <http://63.ru/text/rabota/139145033011200.html>.
3. SheilaEugenioInnovativeWaystoMotivateYourTeam[Електронний ресурс] / SheilaEugenio. - Режим доступу до ресурсу: <https://www.entrepreneur.com/article/289560>.
4. Имихович А. О. Инновационные методы мотивации персонала в организации [Електронний ресурс] / Имихович А. О., Сурменкова К. Ю., Кошкина И.В. // Научное сообщество студентов XXI столетия. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ: сб. ст. по мат. XXVI междунар. студ. науч.-практ. конф. - № 11(26). - Режим доступу до ресурсу: <https://sibac.info/studconf/econom/xxvi/39890>.

УДК 005.32:005.21

Богдана Дуб
аспірантка кафедри менеджменту та
економічної безпеки,
Черкаський національний університет
імені Богдана Хмельницького,
bohdana.dub@gmail.com

ПРОБЛЕМИ ЗАСТОСУВАННЯ СТРАТЕГІЇ БЛАКИТНОГО ОКЕАНУ В КОНТЕКСТІ СУЧАСНИХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ

ПРОБЛЕМЫ ПРИМЕНЕНИЯ СТРАТЕГИИ ГОЛУБОГО ОКЕАНА В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННЫХ ГЛОБАЛЬНЫХ ВЫЗОВОВ

PROBLEMS OF THE APPLICATION OF THE BLUE OCEAN STRATEGY IN THE CONTEXT OF MODERN GLOBAL CHALLENGES

Анотація. Розглянуто особливості теперішніх умов господарювання українських суб'єктів підприємницької діяльності, охарактеризовано стратегію блакитного океану як один з альтернативних варіантів завоювання ринків та успішного функціонування підприємства, надано основні рекомендації щодо застосування стратегії у вітчизняних умовах.

Аннотация. Рассмотрены особенности нынешних условий хозяйствования украинских субъектов предпринимательской деятельности, охарактеризована стратегия голубого океана как один из альтернативных вариантов завоевания рынков и успешного функционирования предприятия, предоставлены основные рекомендации по применению стратегии в отечественных условиях.

Annotation. The peculiarities of domestic business entities economic activity present conditions are considered, the blue ocean strategy as one of the alternative options for market conquest and the successful functioning of the enterprisy is described, the main recommendations for the strategy application in the domestic conditions are given.

Процес інтеграції України до міжнародної економічної системи, що розпочався з 90-х років ХХ століття і поступово набирає оберти, особливо активізувався в останні роки. Вхідження до СОТ, гібридна війна та конкурентна боротьба з країнами Митного Союзу, підписання угоди про асоціацію з Європейським Союзом актуалізують для українського бізнесу проблему завоювання нових і збереження старих ринків. Ускладнюють ситуацію базові постулати лібералізму, що покладені в основу усіх міждержавних умов, і є стрижневими в базових документах таких міжнародних організацій як ООН, ВМФ, Всесвітній банк, СОТ. Згідно класичної ліберальної доктрини втручання держави в економічне життя є обмеженим, а отже українські фірми у нових торгових війнах мають зосередитися виключно на ефективній діяльності власного менеджменту і плідній маркетинговій стратегії. Нагальна необхідність висловленої тези доводиться можливістю втрати для деяких українських компаній і внутрішнього ринку після підписання угоди з ЄС (членство України в Митному Союзі, на нашу думку, становище українських підприємств лише б ускладнило, адже крупні підприємства пострадянського простору використовують позаекономічні жорсткі інструменти завоювання ринків).

З огляду на вказані виклики, підприємства України мають терміново вдосконалити свої корпоративні стратегії. На наш погляд, слід відкинути більшість напрацьованих українських економістів-практиків як такі, що не пройшли випробування часом (підтвердженням цих слів є той очевидний факт, що популяризація українських брендів у світі не відповідає вітчизняному потенціалу). Незважаючи на подібність історичних умов і економічних систем, досвід російських фахівців не є особливо переконливим. Так, характеризуючи стан розвитку російських корпоративних стратегій, всесвітньовідомий американський фахівець Джек Траут стверджував, що російська бізнес-спільнота має орієнтуватися на азійські зразки, з якими має більш спільного, ніж із західними, а розвиток маркетингу в цій країні оцінив на 1,5 бали за 5 бальною шкалою [2].

Отже, напевне обираючи між винайденням власних рецептів, які, начебто враховували б українську специфіку і стратегією, яка апробована в країнах з ринковою економікою, слід віддати перевагу останньому варіанту. А в умовах цейтноту пов'язаного зі зміною зовнішньополітичної ситуації, здається, оптимальним був би вибір на користь найпопулярнішої західної моделі розвитку підприємства. Авторитетний український економіст, колишній Міністр економічного розвитку і торгівлі України, Павло Шеремета неодноразово наголошував, що для вітчизняної економіки єдино прийнятною може бути стратегія “блакитного океану” [3].

Книга “Стратегія блакитного океану”, авторами якої стали Чан Кім та Рене Моборн, вийшла в світ ще у 2005 році [1]. В основу праці було покладено достатньо новий концептуальний підхід, згідно якого перемога в конкурентній боротьбі може бути отримана не за рахунок подолання суперника цілою системою заходів і розгалуженою мережею структур, а за допомогою знаходження економічного поля, вільного від конкуренції. Тобто, евристика стратегії певним чином парадоксальна і полягає в уникненні гострого протистояння, в створенні абсолютно відмінних від інших бізнес-ідей і не задоволенні наявного попиту, а, насамперед у його формуванні. Послідовник Чан Кіма та Рене Моборна професор INSEAD А. Шапілов сутність стратегії блакитного океану передає словами: “Щоб перемогти в конкурентній боротьбі – краще цю боротьбу не розпочинати” [4].

Слід зазначити, що при підготовці публікації автори близько 15 років досліджували досвід провідних західних компаній. В праці аналізуються як їхні цікаві оригінальні знахідки, так і прорахунки. В стислому вигляді стратегія блакитного океану полягає у чотирьох обов'язкових діях:

1. усуненні чинників, які в галузі сприймаються як звично-необхідні і які водночас не

несуть особливої цінності для покупців;

2. знизити некритичні фактори нижче стандарту в галузі (відмова від необов'язкового різноманіття товарів);

3. підвищення критичних факторів вище стандарту в галузі (на прикладі мережі McDonald's – це місце розташування, місце і спосіб паркування. Вважаємо, що в Пузатій Хаті це місце для дітей);

4. найбільш важливе – створення нових чинників, які б сформували нову цінність для покупців.

Українські підприємці поволі ознайомлюються зі стратегією блакитного океану. Особливо вона поширена в середовищі топ-менеджерів фірм Віктора Пінчука, що очевидно пов'язано з роботою в Київській школі економіки одного із головних ідеологів цієї стратегії Павла Шеремети. Певні елементи концепції Чан Кіма та Рене Моборна спостерігаємо у вітчизняному сільському господарстві. Так, намагання виростити культури, що незвичні для наших географічних умов, як наприклад нут, фундук, сорго, рис, на Закарпатті – ківі, а на Прикарпатті – тепличних бананів, свідчать про ознайомлення українських виробників із західними стратегіями.

Втім, на нашу думку, позитивний результат можна досягти лише за умови ставлення до стратегії блакитного океану як до загальної методології, яка вказує напрям руху, але не дає конкретних покрокових інструкцій. Не безоглядне некритичне ставлення до західних стратегій і не винайдення українського велосипеда, а уміле застосування головних ідей покладених в основу тієї чи іншої стратегії, поєднання теоретичних здобутків різних авторів з одночасним врахуванням української специфіки може стати запорукою успіху нових вітчизняних бізнес-проектів.

Література

1. Kim, W. Chan; Mauborgne, Renée. Blue Ocean Strategy: How to Create Uncontested Market Space and Make Competition Irrelevant. - Harvard Business Press, 240 p.
2. Джек Траут о российском бизнесе: у компаний нет позиционирования http://www.marketingone.ru/previous_events/2013_trout/index.htm
3. Павло Шеремета: «Потрібно відкрити кран суспільної енергетики» <http://www.gkpress.if.ua/node/6562>
4. Шапилов А. Карт «голубых океанов» не существует <http://service-ua.net/article5.html>

УДК 332.1

Інна Заблодська

*доктор економічних наук, професор кафедри менеджменту та маркетингу
Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля,*

zablodin@gmail.com

Олена Кузьменко

*к. е. н., доцент кафедри економіки підприємств
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»,*

elenahka@ukr.net

Михайло Плетньов

*к. т. н., доцент кафедри економіки підприємства
Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля,* mikhailvpletnev@gmail.com

ІННОВАЦІЙНИЙ АСПЕКТ СТРАТЕГІЇ СТАЛОЇ ЛОГІСТИКИ В УКРАЇНІ

ИННОВАЦИОННЫЙ АСПЕКТ СТРАТЕГИИ УСТОЙЧИВОЙ ЛОГИСТИКИ В УКРАИНЕ

INNOVATIVE ASPECT OF THE SUSTAINABLE LOGISTIC STRATEGY IN UKRAINE

Анотація. У тезах визначено інноваційний аспект стратегії сталої логістики в Україні, який проявляється у пріоритетних напрямках розвитку логістики, у технічних інноваціях, у модернізації та застосовуванні інновації у флоті, а також у надаванні сучасних інноваційних знань.

Аннотация. В тезисах определен инновационный аспект стратегии устойчивой логистики в Украине, который проявляется в приоритетных направлениях развития логистики, в технических инновациях, в модернизации и применении инноваций во флоте, а также в предоставлении современных инновационных знаний.

Abstract. The theses identify the innovative aspect of the sustainable logistic strategy in Ukraine, which manifests itself in the priority directions of logistics development, technical innovations, modernization and application of innovations in the fleet, as well as providing the modern innovative knowledge's.

Ефективна логістика є ключовими для розвитку конкурентоспроможності країн у всьому світі. Логістика особливо важлива для України, де міжнародна торгівля складає значну частину ВВП. Розташування України на перетині магістральних транспортних шляхів з Європи до Азії та від скандинавських держав до регіону Середземномор'я створює унікальні можливості для розвитку послуг у сфері транзиту. Незважаючи на важливість та потенціал у сфері логістичних послуг, транспортні потужності в Україні використовуються недостатньо, інфраструктура та послуги, доступні вантажовідправникам і постачальникам логістичних послуг, є нижчими від стандартів, наявних у країнах ЄС, а витрати на логістику, з якими стикаються кінцеві користувачі, високі. Тому Міністерством інфраструктури України за підтримкою Світового банку було розроблено стратегію сталої логістики [1].

Це також обумовлено тим, що протягом останніх двох-трьох десятиліть національні логістичні стратегії були підготовлені та впроваджені в низці країн із високим рівнем доходу, таких як Німеччина, Нідерланди, Бельгія, Франція, Італія, Греція, Угорщина, Фінляндія, Чилі, Австралія, Сінгапур, Канада та Оман. Список країн із середнім рівнем доходу, які нещодавно визначили національну логістичну стратегію чи перебувають у процесі її визначення, включає Китай, Індію, Індонезію, Тайланд, Малайзію, Уругвай, Мексику, Південну Африку, Туреччину, але не обмежується ними; навіть країни з низьким рівнем доходів, такі як Лаоська народна республіка та Ефіопія, мають таку стратегію. Ці країни зазвичай розробляють комплексну стратегію логістики, узгоджену з посадовцями найвищого рівня в уряді. Подібна організаційна робота була проведена і в Україні.

Інноваційний аспект у стратегії сталої логістики в Україні було висвітлено в пріоритетних напрямках розвитку:

- впровадження конкурентної та ефективної транспортної системи;
- інноваційний розвиток транспортного сектора та стратегічні інвестиційні проекти;
- забезпечення соціально безпечного, екологічно чистого та енергоефективного транспорту;
- досягнення безперешкодної мобільності та регіональної інтеграції.

Особливий наголос було зроблено, що технічні інновації та перехід до найменш забруднювальних і найбільш енергоефективних видів транспорту теж сприятимуть більш сталій мобільності. У 2017 р. було оприлюднено перший Звіт про глобальну мобільність (2017 р.) в якості першої глобальної оцінки ефективності транспортного сектора стосовно всіх видів транспорту. Він відстежує поступ у напрямку розвитку сталої мобільності в усьому світі за чотирма показниками, а саме: (i) універсальний доступ; (ii) ефективність; (iii) безпека; і (iv) зелена мобільність. Згідно з доповіддю “Звіт про глобальну мобільність (2017 р.)” світ не перебуває на шляху досягнення сталої мобільності. Окрім недосяжності для багатьох серед найбільш уразливих людей у світі, сьогодні транспортний сектор потерпає від використання великої кількості викопного палива, збільшення викидів парникових газів,

забруднення повітря та шуму, надвеликої кількості жертв на дорогах та небажання долучати цифрові технології. Рамки дослідження, подані у звіті, спираються на показники, розроблені для цілей сталого розвитку ООН. Інформація за категоріями, встановленими в межах цього видання, буде оновлюватися кожні два роки, що дозволить урядам вимірювати прогрес у забезпеченні населення доступним, ефективним, безпечним та екологічно чистим транспортом.

Окрім того, розробники стратегії запропонували започаткувати програму модернізації та інновації флоту, включаючи пакет підтримки для приватних власників суден [1].

А також зауважено, що наявність добре підготовленого персоналу - необхідна умова підвищення рівня послуг, що надаються логістичними провайдерами, та рівня робіт, які проводяться в межах власної господарської діяльності на виробничих та торговельних фірмах. Кращі практики роботи в логістичному секторі посприяли б підвищенню продуктивності праці. Нині в Україні професійна та вища освіта надається майже винятково державними навчальними закладами (університетами, коледжами, інститутами). Проте, окрім вищої та професійно-технічної освіти, конкурентоспроможний сектор логістики також потребує висококваліфікованої професійної підготовки, подальшої підготовки кадрів залежно від потреб, а також можливості брати участь у подальшому навчанні. Це безумовно потребує залучення приватного сектору (наприклад, професійні провайдери курсів, подальшої освіти та інших форм навчання), оскільки вони мають найсучасніші інноваційні знання про те, що необхідно ринку.

Отже, стратегія сталої логістики в Україні містить інноваційний аспект у пріоритетних напрямках розвитку логістики, передбачає проведення технічних інновацій, модернізацію та застосовування інновації у флоті, надавання сучасних інноваційних знань для розвитку транспортного сектора України, який є невід'ємною частиною Угоди про асоціацію між Україною та ЄС.

Література

1. Стратегія сталої логістики та План дій для України [Електронне джерело] – Режим доступу: <https://vcrti.com.ua/haluzi/infrastruktura/17-lystopada-mininfrastruktury-ta-svitovyi-bank-prezentuie-proekt-staloi-lohistychnoi-stratehii-ta-planu-dii-dlia-ukrainy>

УДК 338.1

Марина Зав'ялова
к.е.н., доцент, в.о. завідувача кафедри
маркетингу, Криворізький економічний
інститут ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима
Гетьмана»,
zavvalova_mv@kneu.dp.ua

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ В УПРАВЛІННІ ЛОГІСТИЧНИМИ ПРОЦЕСАМИ НА СКЛАДІ

ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ В УПРАВЛЕНИИ ЛОГИСТИЧЕСКИМИ ПРОЦЕССАМИ НА СКЛАДЕ

INNOVATIVE APPROACHES IN MANAGEMENT BY LOGISTIC PROCESSES ON THE COMPOSITION

Анотація. На основі дослідження теоретичних засад та виявлених проблемних аспектів управління логістичними процесами на складі, запропоновано та обґрунтовано комплекс заходів, спрямованих на впровадження інноваційних підходів в забезпеченні ефективного управління складським бізнесом.

Аннотация. На основе исследования теоретических основ и выявленных проблемных аспектов управления логистическими процессами на складе, предложен и обоснован комплекс мероприятий,

направлених на впровадження інноваційних підходів в забезпеченні ефективного управління складським бізнесом.

Abstract. On the basis of research of theoretical foundations and revealed problems of management of logistics processes in the warehouse, a set of measures aimed at introducing innovative approaches in ensuring efficient management of warehouse business is proposed and substantiated.

На сьогоднішній день в умовах турбулентного розвитку ринку та з ускладненням господарських зв'язків на виробничих підприємствах особливої актуальності набуває питання щодо управління логістичними процесами. Дана проблематика висвітлена в працях таких вчених, а саме: А. Баскіна, В. Диканя, О. Каверіної, В. Ковальова, Я. Панчишина, І. Решетнікової, М. Сагайдака та інших [1; 2; 3]. Проте в економічній науці недостатньо досліджені питання, що присвячені інноваційним підходам в управлінні логістичними процесами на складі, що підкреслює актуальність дослідження.

Зокрема, аналіз літературних джерел дозволяє стверджувати, що ефективність управління логістичними процесами на складі залежить не лише від інтелектуальних і матеріальних видів ресурсів, що постійно задіяні у виконанні логістичних процесів, а й від грамотного підходу до їх опису та обґрунтованої модернізації технології роботи складського комплексу. На нашу думку, основними перешкодами на шляху до підвищення ефективності функціонування складського комплексу є:

- *організаційні* (чітко не прописані, а відтак належним чином невиконувані функції, повноваження та не визначені зони відповідальності);

- *інформаційні* (не в повному обсязі застосовані інформаційні системи обліку та обробки даних, недосконалі конфігурації каналів і засобів комунікації між менеджментом складського комплексу, відділами і службами підприємства; між менеджерами і споживачами; між менеджерами і постачальниками; між менеджерами, підприємствами поштової логістики та споживачами);

- *технологічні* (порушена або здебільшого неузгоджена послідовність виконання операцій, неправильно обрані методи та алгоритми організації логістичних процесів);

- *технічні* (неефективне використання наявних складських приміщень, техніки і обладнання, високий ступінь зношеності основних засобів, невідповідність сучасним вимогам обслуговування споживачів).

В контексті управління логістичними процесами на складі ключовими ресурсами, що сприятимуть забезпеченню конкурентних переваг, окрім матеріальних (*активи підприємства та інші відмітні характеристики*), є інтелектуальні (*навички, знання і здатності персоналу, організаційні процеси тощо*), яких не мають інші підприємства та які неможливо скопіювати навіть при правильному розподілі витрат. Доцільно відзначити, що інтелектуальні ресурси є драйверами використання динамічних можливостей турбулентного середовища, що в свою чергу, дозволяє сформувати стійкі конкурентні переваги підприємства, зокрема, для логістичних суб'єктів ринкових відносин. Тобто, ефективність управління логістичними процесами на складі залежить, по-перше, від ефективного використання інтелектуальних та матеріальних ресурсів, по-друге, від удосконалення складських технологій та оптимізації процесів складування.

Слід зазначити, що процес оптимізації складування має бути обґрунтованим і складатися з декількох послідовних етапів:

1) дослідження існуючих технологічних та логістичних процесів на складі (логістична експертиза),

2) проектування технології роботи складського комплексу;

3) підготовки персоналу, складських приміщень і техніки до впровадження змін;

4) впровадження змін і мінімізація рівня опортунізму персоналу щодо запровадження інновацій [2].

Не менш значущими у забезпеченні ефективного управління складуванням є комунікація між керівництвом, персоналом і усіма суміжними службами та координація їх діяльності, що, в свою чергу, дозволяє здійснювати швидку адаптацію умов функціонування

складу до змін попиту. Саме попит повинен стати основним при виборі методології процесу створення точного опису логістичних процесів і елементів системи менеджменту.

Також слід акцентувати увагу на тому, що при формуванні складської системи та розрахунку її параметрів вирішальну роль, слід відводити правильному і обґрунтованому вибору критеріїв оптимізації. На нашу думку, доцільно виокремити п'ять груп критеріїв оптимізації:

1) якість складського сервісу та задоволення потреб споживачів (необхідно оцінити: рівень забезпечення виконання замовлення точно у зазначений термін, точність параметрів замовлення, допущені помилки персоналом при виконанні замовлення, ступінь задоволення клієнтів сервісом та рекламації тощо);

2) використання складських потужностей і площ (необхідно оцінити: рівень запасів на складі, ефективність використання оборотного капіталу, швидкість та кількість оборотів запасів тощо);

3) логістичні витрати (необхідно оцінити витрати на: управління складськими запасами, внутрішньо-складське транспортування, складську вантажопереробку і зберігання тощо);

4) тривалість логістичний циклів (необхідно оцінити витрати часу на: поповнення запасів, обробку замовлень споживачів, підготовку і комплектацію замовлення, доставку замовлення і підготовку звітів тощо);

5) продуктивність (необхідно оцінити: кількість оброблених замовлень за одиницю часу, кількість вантажних відправок на одиницю складських потужностей і вантажомісткості транспортних засобів, кількість операцій з вантажопереробки на годину, суму загальних логістичних витрат на одиницю інвестованого у складські запаси капіталу та суму загальних логістичних витрат на одиницю складського товарообігу) [2; 3, с. 71].

Слід зазначити, що запропонована система критеріїв є адаптивною і може бути доповнена в залежності від цілей логістичного управління складуванням на підприємстві. Разом з тим, проектування завдань оптимізації логістичних процесів із новим функціоналом і розподілом зон відповідальності персоналу вимагає певного набору інтелектуальних ресурсів, а саме: знань, умінь, навичок, інформації та компетентностей.

Отже, синтез інноваційних підходів в управлінні логістичними процесами на складі та ефективне використання інтелектуальних ресурсів сприятимуть: формалізації бізнес-процесів; скороченню неефективного використання робочого часу працівниками; вирішенню питань щодо плинності кадрів та уточненню функціоналу персоналу, з орієнтацією на впровадження системи ключових показників ефективності; мінімізації негативного впливу конфліктів у «зонах відповідальності»; підвищенню результативності логістичних процесів на підприємстві.

Література

1. Дикань В.Л. Основы логистической интеграции при формировании логистических систем / В.Л. Дикань, Я.М. Панчишин // Вісник економіки транспорту і промисловості: зб. наук. пр. – Х., 2009. – №26. – С. 60-63.
2. Каверина О. Оптимизация работы склада и складских технологий / О. Каверина // Директор информационной службы. – 2008. – №1 – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.axelot.ru/know/press/detail_33143/
3. Reshetnikova I.L., Sahaidak M.P. Multi-channel marketing in communication activities of logistics companies / I.L. Reshetnikova, M.P. Sahaidak // Вісник Національного ун-ту «Львівська політехніка». Серія: Логістика. – 2016. – №848. – С. 69-75.

РОЗВІНЧУВАННЯ МІФІВ: ЧИ СПРИЯЄ ДИСТАНЦІЙНА РОБОТА ПІДВИЩЕННЮ ПРОДУКТИВНОСТІ ТА ІННОВАЦІЙНОСТІ

РАЗРЕШЕНИЕ МИФОВ: СПОСОБСТВУЕТ ЛИ УДАЛЕННАЯ РАБОТА РОСТУ ПРОДУКТИВНОСТИ И ИННОВАЦИОННОСТИ

BREAKING THE MYTHS: DOES REMOTE WORK BOOST PRODUCTIVITY AND INNOVATION

Анотація. У статті висвітлюються переваги та недоліки дистанційної роботи як альтернативного способу організації роботи. Незважаючи на популярну думку про те, що дистанційна робота підвищує продуктивність праці та інноваційність, гіпотеза полягає в тому, що вона також може мати негативний вплив на результат, наприклад, певного етапу проекту або проекту загалом.

Аннотация. В статье описываются преимущества и недостатки удаленной работы как альтернативного способа организации работы. Несмотря на популярное мнение о том, что удаленная работа повышает производительность труда и инновационность, гипотеза заключается в том, что она также может отрицательно влиять на результат, например, определенного этапа проекта или проекта в целом.

Annotation. The article outlines the benefits and drawbacks of remote work as an alternative way of workplace organization. Despite popular opinion that remote work boosts labour productivity and innovativeness, the hypothesis is it also can have adverse effect on the result of, for instance, project milestone or project overall.

Being innovative and creative is easier said than done. Many studies have shown that there is a significant correlation between the management of people and organizational success. Lately many new ways to organize employees work have appeared and business is likely to adapt them gradually. The future will show which of that would be win or lose decision. So far, among wide range of most successful practices (flexible work schedules, job sharing, unlimited time-off, compressed workweeks etc.) we will review the most widespread one – remote work.

There is a popular opinion that the option of remote work is beneficial for labor productivity and helps a lot to increase individual creativity and innovativeness. I suggest we review the major highlights and shortcomings of remote work and try to define if the latter brings so many benefits to business and people as it is credited for.

Let us start with advantages of the approach. They are quite obvious and attractive for both employees and business. So, for business it will be:

1. Lower costs for office spaces and maintenance.
2. No need to facilitate teams, especially temporarily involved into projects, especially located world-wide, with workplaces, properly equipped and maintained, which will include saving on both hardware and different services (for example, technical support, HR)
3. Ability to engage the best specialists from all over the world to the project, thus, firstly, strengthen the team itself, secondly, enhance and enrich knowledge and experience shared within a team

For remote workers there are also the list of benefits:

4. Saving time on home-to-work and back commuting
5. Ability to manage personal schedules (additionally to defining individual time of the highest efficiency, - adjust to traffic patterns, education time etc.)
6. No need to follow dress-codes and other formalities

So, is there any proven relationship between remote work, productivity and innovativeness? As US Workplace Survey [1] states, there is. According to the survey, less innovative employees spend 86% of their time in the office, while most innovative employees spend only 74% of their average workweek in the office. In general, 80% of employees who spend 80% or more of their

time in the office are less satisfied with their jobs/workspaces and report less meaning in their work. Therefore, the survey says that the optimal amount to be spent in the office is 3.5 days a week. They make a very important remark that when one spends all of his/her time or none of his/her time in the office, then he/she becomes less innovative.

All above proves that remote work not only positively affects innovativeness but job satisfaction also. There are several other important messages in the research:

–There is no difference if employees work in private offices or open spaces, innovators are seen in every work space

–Innovators spend less time working alone, and devote more time to working virtually (via phone/tech) and spend more than twice as much time on learning and professional development than the least innovative.

This is also proved by another research “Workplace flexibility and new product development performance: The role of telework and flexible work schedules by M.Robert and A.W.Kok [3]. This paper investigates the effects of telework and flexible work schedules on the performance of teams in new product development (NPD) projects. The findings show that telework has a positive effect on NPD performance through enabling knowledge sharing, cross-functional cooperation and inter-organizational involvement. This improves the speed and quality of product development, provided that face-to-face contact is not completely replaced by virtual contact. However, it does not mean that remote work is an exclusively win-win solution, for it has its shortcomings. The most striking ones are as follows:

1. Decent technical support: need to provide access to remote workers all over the world, conduct project meetings

2. Management issues:

a. In terms of project management:

i. Strong and efficient governance and coordination of the distributed team is vital

ii. Productive and regular project meetings are crucial for success of distributed team [2]. Efficient meetings is a separate topic, but let us at least mention the most critical things to maintain and enhance productivity of project meetings:

– Meetings are recommended to be rather video than phone. As statistics says, only 4% of participants are multi-tasking during video calls, while during phone calls the amount of distracted invitees grows to 57%)

–Clear agenda and priorities should be carefully set

–Meeting time and attendees to be limited to required minimum

–Materials should be shared in advance, so that participants can come prepared

–Minimize dysfunctional behavior during the meeting (multi-tasking, sending over emails, double-booking meetings), which basically a vicious circle: poor efficiency of a meeting limits the possibility of work done, so even more meetings are scheduled [4]

–On-time start (being late for 5 minutes will cost 8% of productivity in 1-hour meeting) and early ending (if the meeting is going nowhere) will save a lot of productive time and money to the project

iii. Complete removal of face-to-face contact may have an adverse effect on the quality of shared knowledge, trust within a team, project and individual productivity. This implies for managers that workplace flexibility needs enablers and cannot do without a sufficient level of face-to-face contact [3]

b. In terms of individual time management:

i. Despite general perception of remote work as constant underperforming, remote workers in fact tend to work extra hours, which generates risks of burnout

ii. Resisting to a lot of distractors

iii. Need for strong personal discipline and compliance with project schedule

iv. Adapting individual schedule to project meetings between different time zones

3. Deterioration of social skills, development of the feeling of isolation
4. Potential loss of productivity due to Hawthorne effect (also referred to as the observer effect) - a type of reactivity in which individuals modify an aspect of their behavior in response to their awareness of being observed. Absence of informal relationship within a social group, regular feedback may cause loss of individual and group productivity.

Said above imposes serious limitations on remote work approach, nevertheless they are manageable and can be fixed if timely identified and properly mitigated.

Literature

1. Gensler Research Group (2016). *US Workplace Survey 2016*. Retrieved from: <https://www.gensler.com/research-insight/workplace-surveys/us/2016>
2. L.A.Perlow, C.N.Hadley, E.Eun (July–August 2017). *Stop the Meeting Madness*. Retrieved from: Harvard Business Review
3. M.C.Robert, A.W.Kok(August 2014). *Workplace flexibility and new product development performance: The role of telework and flexible work schedules*. Volume 32, Issue 4, Pages 564-576
4. M.Mankins, C.Brahm, G.Caimi (May 2014).*Your Scarcest Resource*. Retrieved from: Harvard Business Review

УДК 330.341

Оксана Кирилюк
аспірантка 1 курсу кафедри економіки підприємств,
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,
ksanaksana95@gmail.com

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЧНИХ РЕСУРСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ РЕСУРСОВ НА ПРЕДПРИЯТИИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

FEATURES OF FORMING TECHNOLOGICAL RESOURCES IN ENTERPRISES IN THE CONDITIONS OF THE DIGITAL ECONOMY

Анотація. В сучасних умовах цифрової економіки зростає роль інноваційного підприємництва. Проаналізовано основні погляди щодо становлення цифрової економіки в сучасному суспільстві. Обґрунтовано значимість інноваційного підприємництва в цифровій економіці. Запропоновано поділ технологічних ресурсів на види. Виокремлено критерії використання технологічних ресурсів підприємствами в умовах цифрової економіки. Визначено закономірність формування попиту на технологічні ресурси за рейтингами позиціонування країн на світовому ринку інформаційних технологій.

Аннотация. В современных условиях цифровой экономики возрастает роль инновационного предпринимательства. Проанализированы основные взгляды на становление цифровой экономики в современном обществе. Обосновано значение инновационного предпринимательства в цифровой экономике. Предложено разделение технологических ресурсов на виды. Выделены критерии использования технологических ресурсов предприятиями в условиях цифровой экономики. Определена закономерность формирования спроса на технологические ресурсы следуя рейтингам позиционирования стран на мировом рынке информационных технологий.

Annotation. In today's digital economy, the role of innovation entrepreneurship is growing. The main views on the formation of the digital economy in modern society are analyzed. The significance of innovative business in the digital economy is substantiated. The division of technological resources into types is proposed. The criteria for the use of technological resources by enterprises in the digital economy are singled out. The legality of the formation of demand for technological resources according to the ranking of countries in the world market of information technologies has been determined.

Згідно оптимістичних передбачень одного з найвідоміших футурологів сучасності Рея Курцвейла сучасні технології лише заклали базис свого довгого шляху проникнення в життя соціуму. Впродовж наступних 25-ти років суспільство очікує технологічна сингулярність внаслідок відкриття можливостей симбіозу біологічного та штучного інтелекту, початку застосування методу генної модифікації, розширення можливостей людського мозку завдяки впровадженню біотехнологій, відкриття можливостей віртуалізації свідомості внаслідок інтеграції людини з обчислювальною технікою[1].

Хоча це лише одинична думка в сукупності поглядів щодо майбутнього розвитку людства, очевидно, що технології вдосконалюються з кожним роком все більше і більше, сприяючи становленню нового цифрового суспільства. Даний процес має ланцюгову реакцію – відбувається перехід до нової епохи – цифрової економіки, в умовах становлення якої економікам країн потрібно адаптуватися на макро- та мікрорівнях. В найближчому майбутньому будуть кардинально змінюватися підприємницькі підходи до управління бізнесовою діяльністю. Вже сьогодні завдяки вдалому використанню передових технологій багатомільярдні компанії втручаються в життя мільярдів людей по всій земній кулі змінюючи їх бажання, формуючи потреби та, як наслідок, створюючи величезний попит на свою продукцію.

Ідея переходу до «цифрової економіки» з'явилася ще в 1960-му році завдяки працям соціолога та публіциста Деніела Белла[2]. Він офіційно вважається засновником теорії інформаційного суспільства. Думка Д. Белла базувалася на аналізі трансформацій в економіках розвинених країн: збільшення вагомості знань та науки, перетворення їх на ключовий ресурс компаній, зміщення пріоритетів в бізнесовій діяльності на сферу послуг та розвиток інфраструктури, оптимізацію задіяння трудових ресурсів. Пізніше його вчення поглибив Мануель Кастельс, ввівши поняття «мережева економіка», яка є результатом швидкого розвитку інформаційних та комунікаційних технологій[3]. Метою мережевої економіки є створення єдиного електронного простору для формування контрагентами, котрі мають спільні бізнесові інтереси, стійких горизонтальних взаємозв'язків без просторових обмежень.

Термін «цифрова економіка» має багато тлумачень в науковій спільноті. Часто науковці намагаються виокремити дане поняття від терміну «традиційна економіка», що є не цілком вірним. Адже таке відокремлення вказує співвідношення даних понять як ціле та частина, ускладнюючи розуміння сутності обох термінів. На практиці ж традиційна та цифрова економіка тісно переплітаються, що в майбутньому призведе до їх нерозривного поєднання в процесі подальшого розвитку науки та технологій. Вже на сучасному етапі існування цифрової економіки, жодна компанія не може побудувати власну господарську діяльність без використання мережі. Найбільш точно наукове пояснення терміну «цифрова економіка» дав американський програміст Ніколас Негропonte. У його розумінні «цифрова економіка» - це економіка, в котрій виробництво, обмін, продаж та постачання продукції здійснюється через комп'ютерні мережі, тобто завдяки цифровим технологіям[4, с 106].

Різновиди підприємництва швидко змінюються вчас цифрових технологій. Вагомого значення набуває інноваційне підприємництво, котре в процесі управління господарською діяльністю опирається на використання інноваційних ресурсів. За Й. Шумпетером саме технології являються передовими ресурсами майбутнього зростання економіки, а основна ціль підприємця – прикласти максимум зусиль на пошук шляхів оптимального впровадження технологій в господарську діяльність підприємства [6].

Сучасному підприємцю варто уміти ефективно формувати технологічні ресурси свого підприємства та управляти ними. Технологія або технологічний ресурс є сукупністю набутих знань щодо методів поєднання інноваційних ресурсів підприємства з метою досягнення стратегічних бізнесових цілей. До інноваційних ресурсів загалом відносяться інформаційні, інтелектуальні, інвестиційні, матеріальні ресурси, які, взаємодіючи, в конкретних умовах створюють унікальну відносно конкурентів продукт чи послугу, яка має високу цінність в очах споживача. Також технологія здатна забезпечувати підприємству конкурентний спосіб

виробництва продукції чи надання послуги, що зменшує виробничі витрати без значного впливу на якість товару, полегшує та прискорює цикл виробництва, спрощує канали розподілу, сприяє популяризації бренду, гарантує зворотній зв'язок із покупцем тощо [5].

Технологічні ресурси, як і будь-який інший вид ресурсів, можна розподілити на певні складові. Перш за все, це наявність у підприємства матеріально-технологічної бази. Це можуть бути як певні дослідні чи експериментальні центри, лабораторії, IT-відділи, так і зв'язки з науковими інститутами, аутсорсинговими чи консалтинговими компаніями, котрі виконують процес новаторських пошуків для даної компанії. По-друге, технологічними ресурсами вважаються патенти та ліцензії як джерело винаходів та відкриттів, засвідчення використання наукової діяльності компанії на практиці. По-третє, до технологічних ресурсів належать науково-технічні фахівці, конструктори, дослідники, котрі безпосередньо займаються розробкою, оцінкою та впровадженням технологій в діяльність компанії. Також до технологічних ресурсів можна віднести високотехнологічний капітал та організаційно-управлінську структуру, куди входить система фінансування, а також управління, планування, координації та контролю за науково-дослідними та проектно-конструкторськими роботами.

Дж. Коллінз вивів певні критерії використання технологічних ресурсів підприємствами, котрі діють в умовах цифрової економіки. У своїх роботах науковець стверджував, що технологічний прорив XX століття негативно позначився на діяльності багатьох підприємств. Бурхливий розвиток IT-сфери змушував компанії необдуманно та швидко вводити нові технології, залучати шалені інвестиційні та фінансові ресурси на інноваційну діяльність. Основною ціллю даної тенденції було бажання обійти своїх конкурентів та відповідати критеріям сучасного підприємництва. Така активність призводила до провалу, даруючи світу підприємства-одноденки, котрі лише на деякий час вирізнялися нестандартною новацією та підходами без довгострокових перспектив.

Володіння технологічними ресурсами не є ключовим фактором успіху, якщо управлінська ланка неефективно ними розпоряджається. Щоб технології «працювали» компанії варто дотримуватися наступних принципів:

- 1) Підприємство має бути «піонером» у використанні певної технології, створити її самостійно. Якщо ж застосування уже поширеної технології на даному етапі діяльності підприємства є неминучим, варто знайти самобутні шляхи її використання.
- 2) Інноваційна діяльність має базуватися на загальній концепції діяльності, бути її логічним продовженням.
- 3) Технології мають бути акселератором розвитку компанії, а не її творцем. Досвід успішних компаній свідчить, що бізнесові зміни не можна розпочинати із застосування новації. Варто спочатку ідентифікувати проблему, а лише тоді спрямувати технологічні ресурси для її усунення [7].

Дотримуючись описаних принципів, підприємство матиме змогу побудувати унікальний процес діяльності, котрий не зможе бути скопійованим конкурентами. Підприємствам при переході до цифрової економіки потрібно за рахунок технологічних ресурсів виділятися, на їх базі створювати свою самобутність і не потрапляти під вплив хвилеподібної моди на технології.

Аналіз індексних рейтингів позиціонування країн на світовому ринку інформаційних технологій (ICT, IKT, DOI, DAI та ISI) дає можливість ідентифікувати цікаву тенденцію. Спостерігається активне використання технологічних ресурсів в промислово розвинених країнах Європи внаслідок індивідуального використання технологій підприємствами та, таким чином, створенням попиту на дані ресурси безпосередньомі. У високорозвинених країнах Америки та Азії спостерігається інша картина: попит на технологічні ресурси формується в більшій мірі державою, корпоративними та урядовими організаціями, ніж окремими підприємствами. Це пояснюється значним впливом влади на підприємництво в цих країнах [8]. Країнами – світовими лідерами у використанні технологічних ресурсів до 2017 року являлися Швейцарія, Японія, Сінгапур, США, Фінляндія, Швеція, Ісландія та

Норвегія. Спираючись на світовий досвід та факт переважання в світових рейтингах країн Європи варто зауважити, що для поштовплення розвитку інноваційного підприємництва та використання компаніями технологічних ресурсів в Україні, керівництву держави необхідно зменшити тиск на підприємства, котрі діють на території нашої країни, та адаптувати законодавчу базу з метою поширення та розвитку цифрової економіки.

Література

1. Dyani Sabin. Everything goes according to plan: Ray Kurzweil's forecasts for 2019-2099 [Електронне джерело] – Режим доступу: <https://www.inverse.com/article/29010-singularity-2029-sexu>
2. Белл Деніел. Прихід постіндустріального суспільства [Електронне джерело] – Режим доступу: <http://www.philsci.univ.kiev.ua/biblio/bell.html>
3. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Пер с англ. под науч. ред. О.И. Шкаратана. – М. : ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.
4. Коляденко С.В. Цифрова економіка: передумови та етапи становлення в Україні і у світі / С.В. Коляденко // Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики. – Випуск № 6, 2016. – 105-110 с.
5. Швиданенко Г.О. Напрями вдосконалення мотивації інноваційної діяльності підприємств в умовах інтелектуалізації економіки / Г.О. Швиданенко, О.А. Ніколайчук // Вісник ЖДТУ. – Випуск № 1 (75), 2016. – 130-135 с.
6. Шумпетер Й.А. Теорія економічного розвитку/ Дослідження прибутків, капіталу, кредиту, відсотка та економічного циклу / Пер. з англ. В. Старка. — К.: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2011. — 242 с.
7. Коллінз Дж. Від хорошого до великого/ Дж. Коллінз / Книги Стокгольмської школи економіки // М.: Манн, Іванов і Фебер, 2011. – 320 с.
8. Ставицька А.В. Оцінка позиціонування країн на світовому ринку інформаційних технологій: статистичні виміри індексного аналізу [Електронне джерело] / А. В. Ставицька. – – Режим доступу: https://www.researchgate.net/publication/322644792_Ocinka_pozicionuvanna_krain_na_svitovomu_rinku_informacijnih_tehnologij_statisticni_vimiri_indeksnogo_analizu

УДК 330 341

Віра Кудлай

*к.е.н, доцент кафедри економіки і менеджменту агробізнесу,
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,
vera_kud@ukr.net*

ДОСВІД ІЗРАЇЛЮ В РОЗБУДОВІ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

ОПЫТ ИЗРАИЛЯ В ПОСТРОЕНИИ СОЦИАЛЬНОГО БИЗНЕСА

EXPERIENCE OF ISRAEL IN CONSTRUCTION OF SOCIAL BUSINESS

Анотація. У статті проаналізовано значення соціального підприємництва у розв'язанні соціально-економічних, екологічних проблем сучасного суспільства. Розглянуто особливості функціонування соціальних підприємств в Ізраїлі та обгрунтовано необхідність адаптації передового ізраїльського досвіду в сфері розвитку соціального підприємництва до сучасних реалій України.

Аннотация. В статье проанализировано значение социального предпринимательства в решении социально-экономических, экологических проблем современного общества. Рассмотрены особенности функционирования социальных предприятий в Израиле и обоснована необходимость адаптации передового израильского опыта в сфере развития социального предпринимательства в современных реалиях Украины.

Annotation. The article analyzes the importance of social entrepreneurship in solving social, economic, environmental problems of modern society. The peculiarities of the functioning of social enterprises in Israel are

considered and the necessity of adaptation of the advanced Israeli experience in the sphere of development of social entrepreneurship in modern realities of Ukraine is grounded.

Гостра соціальна-економічна ситуація, військові дії на Сході країні впливають на зростання частки соціально вразливих груп населення (внутрішньо переміщених осіб, ветеранів антитерористичної операції, людей з інвалідністю). Гірші можливості для працевлаштування і отримання гідної оплати праці порівняно з іншими категоріями населення мають і такі категорії населення як молодь, жінки, люди передпенсійного віку, особи, що вийшли з місць позбавлення волі, вихованці дитячих будинків, особи, що борються з нарко, алко та іншими видами залежністю. Серед сучасних інструментів, які широко використовуються в провідних країнах світу для вирішення соціально-економічних, екологічних проблем, чільне місце належить соціальному бізнесу. Соціальний бізнес сприяє пом'якшенню соціальної напруги в суспільстві, формуванню проактивної позиції та здорового способу життя членів місцевих громад, працевлаштуванню, соціальній адаптації, зростанню життєвого рівня соціально вразливих верств населення, зменшенню фінансового навантаження на державний і місцевий бюджети, що пов'язане з соціальними виплатами.

Актуальність даної теми дослідження полягає в необхідності імплементації кращого світового досвіду розбудови соціального підприємництва, як інноваційного та прогресивного інструменту вирішення соціально-економічних проблем, на вітчизняний ґрунт.

Проблематика соціального підприємництва є предметом вивчення та аналізу зарубіжних науковців і практиків, зокрема Алтер К, Дуніам М., Еверсоул Р., Ніколлз А., Малінкін М., Хауг Х. Міжнародний досвід розвитку соціальних підприємств та його адаптацію до сучасних вітчизняних реалій досліджували вітчизняні вчені: Гусак Н., Корнецький А., Мельник О., Свинчук А.

Проходження професійного бізнес-стажування, профінансованого і організованого Ізраїльським центром міжнародного співробітництва Машав, за підтримки Міністерства закордонних справ Ізраїлю спільно з Європейською економічною комісією ООН, дозволило отримати безцінний практичний досвід в сфері організації соціального підприємництва. Проведений бізнес-курс був збалансовано насичений тренінговими заняттями в аудиторіях, так і навчальними візитами на провідні соціальні підприємства Ізраїля. Ізраїль посідає п'яте місце у світі із розвитку соціального підприємництва та третє місце у фінансуванні інноваційних наукових проектів, а також у підтримці бізнес-інкубаторів. Ізраїль – це країна стартапів і підприємців, а підприємництво можна вважати складовою національної культури і ментальності. Кожний десятий мешканець Ізраїлю працює в стартапі. При цьому лише одне з десяти нових підприємств залишається на ринку після одного року і не більше 35% підприємств залишаються на ринку після 10 років започаткування бізнесу, а 60% нових бізнесів не використовують найманої праці. Частка малого бізнесу складає майже 99% від загального числа підприємств. При цьому до малого бізнесу відносять підприємства, в яких зайнято не більше 20 працівників, а чистий дохід від реалізації продукції складає до 10 млн. шекелей.

В ізраїльській бізнес-культурі, вихованні сформувалось особливе ставлення до невдач у бізнесі. Вони сприймаються лише як певний етап для досягнення успіху. Навіть інвестори мають більше довіри до тих стартаперів, які мали певний негативний досвід, оскільки це розцінюється як їх вагомий актив в конкурентній боротьбі.

В державній політиці країни Ізраїль серед основних довгострокових цілей виокремлюється соціальна підтримка вразливих категорій суспільства в усіх сферах суспільного життя, в тому числі в економічній сфері за допомогою створення сприятливого бізнес-середовища для заняття підприємницькою діяльністю, здійснення консультативної та фінансової допомоги

Ми підтримуємо думку дослідників, які вважають магістральним вектором розбудови соціального підприємництва в Україні міжсекторальну співпрацю:

• органів державного управління й місцевого самоврядування у формуванні сприятливого нормативно-правового поля, фінансової та консультативної підтримки розвитку соціального підприємництва;

• бізнес-середовища у створенні менторської та грантової підтримки новостворених соціальних підприємств;

• засобів масової інформації у популяризації даного напрямку бізнесу в суспільстві;

• громадських організацій в інформаційній роботі з поширення кращих практик ведення соціального бізнесу для широких верств населення, які прагнуть розпочати власну справу та реалізувати власну ініціативу;

• вітчизняних та міжнародних донорів у фінансовій та консультативній підтримці бізнес-інкубаторів та старт-апів, які створюють вразливі прошарки населення.

Успішні ізраїльські кейси свідчать, що досить привабливими для суспільства, бізнесу, держави є соціальні підприємства в сфері екології, підтримки соціально вразливих категорій населення шляхом їх навчання, реабілітації, працевлаштування, організації корисного та активного відпочинку.

Отже, рушійною силою позитивних змін в суспільстві може стати активізація соціального бізнесу на основі адаптації міжнародний досвіду, зокрема, ізраїльського, до вітчизняних реалій.

Література

1. Березняк І. І. Зарубіжний досвід та вітчизняні реалії становлення соціального підприємництва/Березняк І. І.//Економіка та управління галузями та підприємствами. Острог: Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2014. – Випуск 25. – С. 31–36.
2. Ігнатович Н., Гура В. Зарубіжний досвід розвитку соціального підприємництва/ Ігнатович Н., Гура В.//Вісник КНУ ім. Тараса Шевченка. – 2014. – 12(165): 22–25.
3. Мельник О. В. Соціальне підприємництво: засади та можливості розвитку / О. В. Мельник // Економіка підприємства: теорія і практика [Електронний ресурс] : зб. матеріалів VI Міжнар. наук.-практ. конф., 13 жовт. 2016 р. / М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана» ; редкол.: Г. О. Швиданенко (відп. за вип.) [та ін.]. – Електрон. текстові дані. – Київ : КНЕУ, 2016. – С. 46–47.
4. Руда М.В., Лагода О.Б. Соціально відповідальні стартапи: сутність, світові тенденції та проблеми розвитку в Україні // Економіка і суспільство. – 2017.-№9. –С.619-626.
5. Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін. Свинчук А.А., Корнецький А.О., Гончарова М.А., Назарук В.Я., Гусак Н.Є., Туманова А.А. - К.- ТОВ «Підприємство ВІ ЕН ЕЙ» .- 2017.-218 с.
6. Malinkin M. Developing Social Entrepreneurship in Ukraine [Електронний ресурс] / Mary Elizabeth Malinkin // Wilson Center. – 2013. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.wilsoncenter.org/publication/developing-social-entrepreneurship-ukraine>.

УДК 331.2

Віра Кудлай

*к.е.н, доцент кафедри економіки і менеджменту агробізнесу,
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,
vera_kud@ukr.net*

Анастасія Майстренко

*студентка 4 курсу спеціальності «Економіка АПК»,
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,
mav18077@gmail.com*

**ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ В УКРАЇНІ: СТАН, ТЕНДЕНЦІЇ ТА СТИМУЛЮВАННЯ
ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА**

ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В УКРАИНЕ: СОСТОЯНИЕ, ТЕНДЕНЦИИ И СТИМУЛИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

INNOVATIVE ACTIVITY IN UKRAINE: STATE, TRENDS AND STIMULATION OF INNOVATIVE ENTERPRISE

Анотація. У статті проаналізовано сучасний стан інноваційної сфери в Україні, тенденції розвитку інновацій у агропромисловій сфері. Розглянуто заходи впливу зі сторони держави на створення сучасної продуктивної господарської структури.

Анотация. В статье проанализировано современное состояние инновационной сферы в Украине, тенденции развития инноваций в агропромышленной сфере. Рассмотрены меры воздействия со стороны государства на создание современной производительной хозяйственной структуры.

Annotation. The article analyzes the current state of the innovation sphere in Ukraine, trends in the development of innovations in the agro-industrial sphere. Considered measures of influence from the state side to create a modern productive economic structure.

В умовах ринкової економіки одним з ключових економічних ресурсів, які використовуються для організації виробничого процесу є підприємницькі здібності, що породжують виникнення підприємницької діяльності, у тому числі інноваційної. Інноваційна діяльність, інноваційні відносини, насамперед в економічній сфері, потребують конституційно-правового закріплення. Відповідно, невід'ємною частиною системи є державне регулювання відносин у сфері підприємництва.

У сучасних економічних умовах України спостерігається нерівномірний розвиток інноваційної діяльності в різних сферах економічної діяльності у порівнянні з іншими передовими країнами світу. Зважаючи на це, постає запитання, чи в повній мірі наша держава використовує спеціальні механізми для стимулювання інноваційної діяльності, та чи є ці заходи ефективними.

Проблематика розвитку інноваційної діяльності в Україні є однією із досліджуваних тематик вітчизняних науковців, зокрема - В.Г. Андрійчука, Ю. Є. Атаманової, В.Н. Белова, О. М. Давидюка, Ю. Ю. М. Жорнокуя, В.Г.Кудлай, І.О. Луніна.

Метою статті є дослідження сучасного стану інноваційної діяльності в Україні, а також заходів, які сприяють розвитку інноваційного підприємництва.

Сьогодні визначення інновацій трактується як обов'язково новини, але не завжди всі новини є інноваціями. Адже результат НТП — це не лише ті новини, що призводять до значних змін у виробництві та соціальній сфері і якими є інновації, але й ті вдосконалення, що справляють менш істотний вплив на кінцеві результати виробництва і соціальну практику [1].

Україна у 2016 р. посідала 71 місце серед 144 країн світу за субіндексом «Інновації», при цьому останніми роками спостерігається динаміка погіршення складових субіндексу. Так, протягом 2008–2016 рр. в Україні знизився рівень здатності здійснювати інноваційну діяльність, погіршилась якість науково-дослідних закладів, скоротились витрати компаній на здійснення НДДКР та обсяги закупівель державою високотехнологічних товарів. Також відзначається низький рівень співпраці у дослідній діяльності між закладами освіти та промисловістю, кількості зареєстрованих патентів на винахід, забезпеченості вченими та інженерами[2].

Особливо варто звернути увагу на інновації у сфері АПК. У підприємствах АПК інноваційні процеси відбуваються у різних формах, серед них найбільш помітними є:

- 1) запровадження у господарський обіг нових, відмінних від традиційних, продуктів як у галузі рослинництва, так і тваринництва (наприклад, розведення страусів);
- 2) диверсифікація діяльності (розвиток видів і сфер діяльності, які можуть бути пов'язаними з традиційним виробництвом чи ні);
- 3) запровадження нових способів та методів господарської діяльності (стосується всіх без винятку виробничих процесів);

- 4) вихід підприємства на інші, не традиційні для нього, ринки збуту виробленої сільськогосподарської продукції та сировини;
- 5) пошук нетрадиційних джерел сировинного забезпечення;
- 6) запровадження нових підходів щодо кадрової політики у сфері набору, поповнення, оцінки персоналу;
- 7) перехід до ефективних механізмів управління господарською діяльністю;
- 8) формування ефективних взаємовідносин із партнерами по ринку, споживачами, конкурентами, органами місцевої та державної влади.

Багато експертів вважають, що причинами гальмування розвитку інноваційної сфери в АПК є дефіцит фінансових ресурсів, спад попиту на науково-технічну продукцію з боку держави та моральне старіння матеріально-технічної бази. Недостатня увага до розвитку науково-технічної сфери призводить до структурної деформації економіки та домінування низькотехнологічних виробництв, тому необхідно вести активну політику стимулювання з боку держави.

На даний час державне стимулювання інноваційної діяльності підприємств в Україні здійснюється у формі податкових пільг та прямого бюджетного фінансування. Податкове стимулювання інноваційної діяльності включає деякі пільги з податку на додану вартість, податку на прибуток, мита, та податку на доходи фізичних осіб [3].

Стимулювання інноваційної діяльності в АПК є одним із проблемних важливих питань. Необхідно створити такі умови, які б могли забезпечити оптимальне середовище для розвитку інноваційної діяльності у такій вибагливій сфері. Одним з важелів впливу є державна політика, необхідно передбачити державні гарантії, такі як цільове державне інвестування, страхування ризиків інноваційного підприємства, соціальне страхування працівників, що залучені до інноваційної діяльності, тощо. Доцільним є застосування до інноваційних підприємств спеціальних податкових, митних та амортизаційних пільг і заходів державної підтримки, що застосовуються у сфері інноваційної діяльності.

Також важливою частиною цього є регулювання ціноутворення, і як справедливо зазначає Кудлай В.Г., сучасні проблеми ціноутворення у середовищі недосконалої конкуренції знижують як ефективність діяльності підприємств загалом, так і дієвість цінової політики підприємств зокрема. Це у свою чергу обумовлює необхідність пошуку й утвердження нового підходу до процесу формування цінової політики підприємств[4].

Отже, аналізуючи вище зазначене варто врахувати, що в аграрних підприємствах у найближчій і довготерміновій перспективі врахування інноваційного чинника повинно бути однією з вирішальних умов подальшого розвитку суб'єктів господарювання. Такий підхід дасть змогу поєднати ефективність інноваційної господарської діяльності суб'єктів господарювання аграрної сфери, а отже, слугуватиме в досягненні ними стратегічних цілей.

Так як головним важелем впливу на розвиток інноваційної діяльності є державна політика, пропонуємо всі заходи, які здійснює держава, розділити на дві категорії:

- економічного;
- організаційного характеру.

До заходів економічної підтримки можна віднести державне кредитування, надання субсидій, лізинг необхідного для інновацій обладнання та устаткування тощо. Заходами організаційного характеру є державне планування, створення спеціальних програм розвитку інноваційних підприємств, проведення тематичних ярмарків та інших заходів, заохочення молодих спеціалістів. До того ж особливу увагу іноземні держави приділяють заходам, що стимулюють кооперацію промислових корпорацій у сфері наукових досліджень, а також кооперацію університетів та дослідницьких інститутів із промисловим сектором [5]. Саме такі заходи можуть призвести до покращення стану ринку інновацій в Україні, а не імітування діяльності даного типу.

Література

1. Андрійчук В. Г. Економіка аграрних підприємств: Підручник. — 2-ге вид., доп. і перероблене. / В. Г. Андрійчук. — К.: КНЕУ, 2002. — 624 с.
2. Геєць В.М. Інноваційна Україна 2020: національна доповідь / за заг. ред. В.М. Геєця та ін.; НАН України. — К., 2015. — 336 с. — Режим доступу: <http://dspace.nbuv.gov.ua/handle/123456789/87204>.
3. Стратегія інноваційного розвитку України на 2010-2020 роки в умовах глобалізаційних викликів. Матеріали Державного агентства України з інвестицій та інновацій до парламентських слухань. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://kno.rada.gov.ua/uploads/documents/36382.pdf>
4. Кудлай В. Г. Актуальні проблеми ціноутворення на підприємствах в сучасних умовах недосконалої конкуренції [Текст] / В. Г. Кудлай // Український соціум, 2006. — № 6. — С. 73-80.
5. Луніна І. О. Бюджетно-податкове стимулювання інноваційної діяльності в Україні / І. О. Луніна, О. С. Білоусова, О. О. Булана // Економіка і прогнозування. — 2016. — № 1. — С. 41-56.

УДК 330:341

Олена Кузьменко

*канд. екон. наук, доцент кафедри економіки підприємств,
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,*

elenahka@ukr.net

Юлія Раць

*студентка 6 курсу факультету економіки та управління
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,*

julia.1716.julia@gmail.com

ІННОВАЦІЇ ТА ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА

ИННОВАЦИИ И ПОТЕНЦИАЛ ПРЕДПРИЯТИЯ

INNOVATIONS AND ENTERPRISE'S FACILITY

Анотація. В роботі розкрито вплив інновацій на підприємство, а також взаємозв'язок інновацій з потенціалом. Наведено можливості та загрози інноваційного розвитку для підприємства. Розглянуто значення інноваційного потенціалу для сучасного підприємства.

Аннотация. В работе раскрыто влияние инноваций на предприятие, а также взаимосвязь инноваций с потенциалом. Приведены возможности и угрозы инновационного развития для предприятия. Рассмотрено значение инновационного потенциала для современного предприятия.

Abstract. In work it was revealed innovation influence on enterprise and interrelation innovation with potential. It was reported opportunities and threats of innovation development for business. It was explored mean of innovation facility for modern enterprise.

Останнім часом більшість підприємств функціонують в умовах, пов'язаних з підвищеним ризиком, тому для керівництва підприємства та всіх його структурних підрозділів важливе значення мають питання забезпечення зростання потенціалу підприємства, зокрема інноваційного потенціалу. Інноваційний потенціал підприємства – набір різноманітних ресурсів, невикористаних і прихованих можливостей, зокрема інтелектуальних, а також інформаційних, перш за все необхідних для інноваційного процесу розвитку підприємства [2, с.254].

На даному етапі розвитку економіки підприємства не аби яку роль відграють інновації, які в свою чергу утворюють інноваційний потенціал підприємства. Активізація насамперед інноваційної політики на підприємстві сприяє використанню новітніх технологій у виробництві, що тягне за собою виробництво більш конкурентоспроможних інноваційних продуктів. Орієнтація на інноваційний шлях розвитку підприємства потребує докорінної перебудови системи в вищому менеджменті підприємства на основі інноваційних підходів до управління.

Наразі інноваційна діяльність підприємства є одним з ключових факторів у рості потенціалу підприємства, тобто інноваційний потенціал займає одне з ключових місць у системі, що утворює потенціал підприємства в цілому. З цілковитою впевненістю можемо стверджувати, що інноваційний потенціал є так званим «ядром» загального потенціалу підприємства, та має у собі значний вплив на рівень інших складових загально підприємницького потенціалу. З іншого боку можемо без сумніву говорити, що саме інноваційний потенціал вміщує у собі елементи кожної визначальної складової потенціалу підприємства в цілому [3, с.118].

Постає питання низької інноваційної активності саме вітчизняних підприємств. Головною причиною на даному етапі розвитку вітчизняних підприємств є саме відсутність довгострокової мотивації, додаткові витрати, які зазвичай потребують значного фінансування, високий рівень ризиків, відсутність вільних власних коштів для фінансування насамперед інноваційної діяльності, недосконалість законодавчої бази в сфері інновацій, нестабільність економіки, відсутність стійких та інформаційних зв'язків між сферами науки та підприємництва.

Суб'єкти інноваційної діяльності повинні творчо підходити до визначення способів задоволення потреб споживачів, виходячи з чого оновлювати продукцію, що дозволяє не тільки зміцнювати свої ринкові позиції, але і отримувати додаткові доходи. Можна сказати, що інноваційний розвиток – це певна протидія підприємства на виникаючу загрозу втрати частки ринку, постійний тиск зі сторони конкурентів, появу нових технологій, законодавчі обмеження та зміну ситуації на ринку. У довгостроковій перспективі у підприємства єдиним виходом є активізація інноваційної діяльності, яка є джерелом тривалого успіху, а отже і росту потенціалу підприємства [6, с.170].

Інноваційний розвиток на підприємстві, як результат високого рівня успішності інноваційної діяльності підприємства, надає можливості найбільшим ступенем використовувати інтелектуальні ресурси підприємства, які виступають важливою складовою саме інноваційного потенціалу підприємства, використовувати прогресивні методи в управлінні, що слугує поштовхом до успішної реалізації інноваційної стратегії, росту конкурентоспроможності підприємства, забезпеченню економічного зростання і, як наслідок, досягненню цільового рівня інноваційного потенціалу підприємства. Не зважаючи на це, інноваційна діяльність, в порівнянні з іншими видами діяльності, є в більшій мірі ризикованою, оскільки не виникає повної гарантії позитивного результату, що в свою чергу може різко негативно вплинути, як на рівень саме інноваційного потенціалу, так і на загальний рівень потенціалу підприємства.

Ефективна стратегія інноваційного розвитку має усунути ті слабкі сторони, які перешкоджають успішній діяльності, заважають використовувати потенційні можливості, що позитивно вплине на ефективність функціонування підприємства у мінливому навколишньому середовищі [2, с.69].

Таким чином, слід зазначити, що саме інноваційний потенціал підприємства, що виступає лише однією з складових загально-підприємницького потенціалу, значною мірою визначає перспективи розвитку підприємства в майбутньому його економічному житті та займає істотне значення в ієрархії складових потенціалу підприємства. Реалізація інноваційного потенціалу покликана забезпечити відмінне співвідношення між результатами та можливостями діяльності підприємства. Низький рівень інноваційного потенціалу є провідною ознакою передкризового стану підприємства.

У короткострокових та довгострокових перспективах розвитку підприємства забезпечення інноваційного чинника має бути однією з головних умов майбутнього розвитку суб'єктів підприємницької діяльності. Стає досить зрозуміло, що на даному етапі розвитку існує маса проблем різного характеру, зокрема теоретичного та прикладного характеру, що перешкоджають ефективному розвитку суб'єктів господарювання. Проте слід максимально приділяти увагу саме розвитку інноваційної діяльності, використанню новітніх технологій,

що слугуватиме зростанню рівня інноваційного потенціалу та потенціалу підприємства в цілому, а отже і отриманню цільового рівня стратегічних цілей підприємства.

Література

1. Ветлужський В. О. Методичні рекомендації з оцінки інноваційного потенціалу підприємства / В. О. Ветлужський, І. В. Новікова // Проблеми науки. – Київ : КиївЦНТЕІ, 2013. – С. 32–39.
2. Бай С. І. Розвиток організації : політика, потенціал, ефективність : монографія / С. І. Бай. – Київ : Київ. нац. торг. – екон. ун-т, 2009. – 280 с.
3. Аванесова Н. Е. Стратегічне управління підприємством та сучасним містом : теоретико-методичні засади : монографія / Н. Е. Аванесова, О. В. Марченко ; Харків. нац. ун-т буд-ва та архітектури. – Харків : Щедра садиба плюс, 2015. – 195 с.
4. Вишневська О.М. Ресурсний потенціал аграрного сектора економіки України: соціально-економічні та екологічні аспекти: [монографія]. – Миколаїв, 2011. – 487 с.
5. Федулова Л. І. Менеджмент організацій / Л. І. Федулова.— К. : Либідь, 2014. – 448с.

УДК 330.341

Володимир Кузьомко

*к. е. н., доцент кафедри економіки підприємств,
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,*

VKuzemko@ukr.net

Дарія Бутчик

*студентка 5 курсу факультету економіки та управління
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»*

dasha.butchyk@gmail.com

ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

ТЕНДЕНЦИИ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УКРАИНЕ

TRENDS AND PROBLEMS DEVELOPMENT OF INNOVATIVE ENTERPRISE IN UKRAINE

Анотація. Проаналізовано наукову проблематику становлення вітчизняного інноваційного підприємництва. Визначено ключові чинники, що стримують становлення інноваційної підприємницької діяльності, окреслено ймовірні можливості вирішення головних проблемних питань.

Аннотация. Проанализирована научная проблематика становления отечественного инновационного предпринимательства. Определены ключевые факторы, сдерживающие становление инновационной предпринимательской деятельности, очерчены вероятные возможности решения главных проблемных вопросов.

Abstract. The scientific problems of the formation the formation of domestic innovation entrepreneurship are analyzed. The key factors hindering the formation of innovative entrepreneurial activity are determined, probable opportunities for solving the main problem issues are outlined.

Інноваційна модель розвитку звертає все частіше увагу науковців, політичних діячів, представників сфери приватного підприємництва в Україні. Варто відзначити, що інноваційні зміни відіграють в модерній економіці дуже важливу роль, а аналіз та врахування їх унікальних рис є необхідним чинником забезпечення високої результативності економічної, фінансової стратегії та тактики держави. Тільки так українська економіка має можливість зайняти чільне становище у міжнародному ринковому середовищі.

Тому, сучасні заходи створення сильної мотивації для розширення інноваційної моделі економічного функціонування українського бізнес-середовища є надважливими завданнями

економічної політики України у 2018 році.

Відзначимо, що в українській науці питанням становлення національної інноваційної стратегії та інноваційного бізнесу присвячено великий обсяг досліджень. До основних аналітиків даної сфери відносимо Л.Федулову, А. Сірка, А.Гальчинського, А. Кінаха, Л. Мельникова та інших. Український пласт наукових досліджень у цій галузі присвячений найчастіше визначенню ролі української інноваційної практики, стану національного контролю інноваційних змін, аналізу окремих складових інноваційної системи.

В цьому контексті відзначимо дослідження М. Денисенка, який продемонстрував аналіз сьогоdnішнього інноваційного потенціалу, проаналізував системи контролю інноваціями на усіх щаблях ієрархії [1, с.412]. Однак, одна з найважливіших проблем даної сфери – проблематика еволюції інноваційного підприємництва в національному вимірі у модерний період розвитку – все ще залишається мало дослідженою.

Загальні зміни тенденцій у світовому економічному прогресі стали каталізатором нової концепції еволюції економічної сфери, характерними для якої є абсолютно сучасні риси і можливості. Цікаво, що незамінно-важливу роль у життєдіяльності громадськості почали відігравати сфери, які базуються на широко відомих сучасних нанотехнологіях, в тому числі сфери, які надають послуги по забезпеченню життєво необхідних потреб громадян.

Інноваційне підприємництво у вигляді етапу новітньої моделі еволюції національної економіки повинно бути одним із визначальних факторів у побудові принципово нового типу громадянського суспільства в умовах глобалізаційних та інтеграційних тенденцій. Ключові наголоси нині змінюються у напрямку побудови завдань миттєвого інноваційного стрибка, еволюції до стратегічної концепції економіки знань та інформації.

В основу цього підходу покладено інтелектуальні можливості окремих громадян. Цю сукупність комбінацій прийнято ідентифікувати у сучасному світі як інтелектуальний капітал. Не останнє місце у новому підході відведено науці, процесам трансферу плодів творчої майстерності на виробництві. Сьогодні, в модернізованих державах об'єм галузей економіки з періодичним залученням інтелектуального капіталу складає більш ніж 60% [2], і, якщо проглянути зміну цього показника за останні роки, можна з впевненістю прогнозувати зростання економіки інтелектуального капіталу і у 2018-2019 роках.

Визначальною рисою сучасної моделі економічного зростання можна визначити значний прогрес у сфері венчурного капіталу, рекрутування фінансових потоків із високим рівнем ризику для капіталовкладень в інноваційний бізнес. У цьому випадку формуються мотиваційні чинники різноманітного типу: у вигляді меценатського впливання для загальної участі в прибуткових надходженнях за допомогою викупу акцій чи внесків до статутного фонду [3, с. 20].

Якщо розглянути особливості фінансування національної інноваційної підприємницької діяльності, то варто зупинитись детально на питанні розвитку венчурних інвестицій. Варто зауважити, що у західному світі та усіх державах-лідерах світової економіки венчурні інвестиції є одними з найважливіших засобів фінансування наукової галузі та становлення високих технологій, а особливо сприяння малому і середньому підприємству.

Однак, незначна частка венчурного капіталу у економіці України гальмує розвиток вітчизняного інноваційного підприємництва. Венчурний сектор економіки станом на 2018 рік найімовірніше не відчує сприяння з боку держави, а тому його частка в загальному інвестиційному фонді держави залишиться мізерною. Таким чином ця проблема залишається одним із найбільш стримуючих факторів розвитку українського інноваційного підприємництва.

Інноваційну еволюцію варто окреслити як процес структурного вдосконалення української економіки. Такого рівня можна досягнути найперше за рахунок реального залучення сучасних знань, щоб підвищити рівень обсягів суспільного виробництва, покращення якості суспільних послуг, зростання конкурентоспроможності української

економіки та пришвидшення громадянського прогресу в українському суспільному вимірі [4, с. 204].

Отже, проблемна сфера становлення національного інноваційного підприємництва залишається відкритою та потребує детального наукового вивчення. Результати доповіді можуть бути залучені владними органами України для вдосконалення національної регуляторної політики у галузі стимулювання інвестиційних стартапів, національної інноваційної стратегії та становлення інноваційного сектору господарювання.

Література

1. Економіка і організація інноваційної діяльності / [О. І. Волков, М. П. Денисенко, А. П. Гречан та ін.]; під ред. проф. О.І. Волкова, проф. М.П. Денисенка – К: Центр учбової літератури, 2007. – 662 с.
2. Ткаченко Т. П. Розвиток інноваційного підприємництва в Україні [Електронний ресурс] / Т. П. Ткаченко, Р. В. Тульчинський — Режим доступу до ресурсу: http://economy.kpi.ua/files/files/40_kpi_2010_7.pdf
3. Ковтуненко К. В. Інноваційна діяльність промислових підприємств України: стан і перспективи розвитку / К. В. Ковтуненко, О. В. Нестеренко // Економічний форум. - 2017. - № 2. - С. 17-23.
4. Прохорчук С. В. Інноваційна спроможність економіки України в умовах глобалізації / С.В. Прохорчук // Глобальні та національні проблеми економіки. - 2015. - №7. - С. 203–206.

УДК 330.341

Нікіта Лавренъов
аспірант, ДВНЗ «Криворізький національний університет»,
kitamster@gmail.com

МОДЕЛЬ ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАТИВНОГО ІМІДЖУ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМСТВА

МОДЕЛЬ ФОРМИРОВАНИЯ КОММУНИКАТИВНОГО ИМИДЖА ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

MODEL OF FORMATION OF COMMUNICATIVE IMAGE OF INNOVATION ENTERPRISE

Анотація. Досліджено питання щодо формування комунікативного іміджу інноваційного підприємства з огляду на все більшу персоніфікацію комунікаційного процесу між підприємством та його стейкхолдерами. Обґрунтовано неактуальність використання інноваційними підприємствами традиційних моделей комунікаційного процесу та запропоновано авторську модель формування комунікативного іміджу на основі транзакційної моделі комунікаційного процесу.

Аннотация. Исследован вопрос о формировании коммуникативного имиджа инновационного предприятия, учитывая все большую персонификацию коммуникационного процесса между предприятием и его стейкхолдерами. Обоснована неактуальность использования инновационными предприятиями традиционных моделей коммуникационного процесса и предложена авторская модель формирования коммуникативного имиджа на основе транзакционной модели коммуникационного процесса.

Annotation. The issue of forming a communicative image of the innovation enterprise in view of the increasing personalization of the communication process between the enterprise and its stakeholders is explored. The irrelevance of the use of traditional models of the communication process by innovative enterprises is substantiated and the author's model of forming a communicative image based on the transaction model of the communication process is proposed.

В умовах динамічного розвитку сучасних засобів комунікацій інноваційні підприємства перетворюються з об'єктів обговорення на активних суб'єктів дискусії. Сучасним

підприємствам виявляється недостатнім лише отримати зворотній зв'язок від споживачів, партнерів та інших стейкхолдерів, вони прагнуть налагодити двосторонні партнерські відносини, що ґрунтуються на постійних комунікаціях, сприяючи спілкуванню, обміну думками та змінам в процесі таких комунікацій. Це дозволяє інноваційним підприємствам динамічно підлаштовуватись під нові виклики зовнішнього середовища, розвиватись та бути актуальними. Фактично, підприємства отримують властивості, які раніше були притаманні людям, як суб'єктам комунікацій. Зокрема, їм стає доступний інструментарій створення власного образу в процесі комунікацій – комунікативного іміджу підприємства. Оволодіння цим інструментарієм дозволяє інноваційному підприємству бути конкурентоспроможним в сучасних економічних реаліях, завдяки отриманим в процесі комунікації даним щодо потреб, запитів, вимог та вподобань стейкхолдерів. Важливим кроком в управлінні комунікативним іміджем підприємства є розуміння процесу його формування, що дозволяє визначити «точки впливу».

Процес формування комунікативного іміджу підприємства докладно не висвітлений в роботах закордонних та вітчизняних вчених. Тому особливої актуальності набуває систематизація факторів, що суттєво впливають на формування комунікативного іміджу інноваційного підприємства, обґрунтування зв'язків між ними і розробка на цій основі моделі формування комунікативного іміджу підприємства.

В сучасній науковій думці поширення набула так звана «інтерактивна модель комунікації», в якій чітко виділені відправник та отримувач інформації, процеси кодування та декодування інформації, передачі повідомлення та встановлення зворотного зв'язку, утворюючи цикл [1, с. 414]. Прикладом такої інтерактивної моделі в комунікаціях підприємства є модель П. Сміта, К. Беррі та А. Пулфорда (рис. 1)[2, с 144-148].

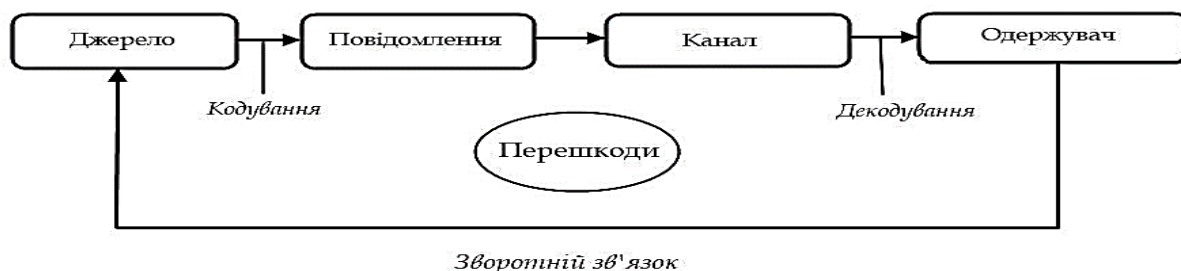


Рис. 1. Модель комунікацій П. Сміта, К. Беррі та А. Пулфорда

Проте, з появою нових засобів комунікацій, таких як соціальні мережі, форуми, блоги, сервіси швидкого обміну повідомленнями, стає все важче виділити окремі етапи процесу комунікації між підприємством та стейкхолдерами, а джерело та одержувач інформації постійно змінюються. Таким чином, процес комунікації між інноваційним підприємством і стейкхолдерами стає більше схожим на звичайне спілкування між людьми.

В такому разі, на нашу думку, більш доцільно використовувати «транзакційну модель» комунікацій, яку запропонував Д. Барнлунд (рис. 2). Особливістю моделі є її орієнтація на міжособистісні комунікації, а безпосередньо процес комунікації в ній описується не як процес передачі інформації, а як процес створення спільного сенсу. Ролі відправника та отримувача інформації постійно змінюються, а тому учасників комунікації в цій моделі називають комунікаторами, щоб відобразити факт можливості виконання ними обох функцій [3, с. 26-32; 4; 5].

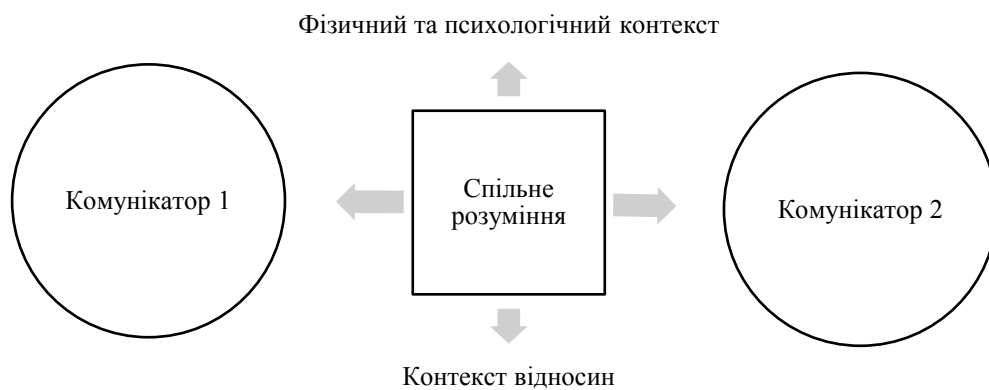
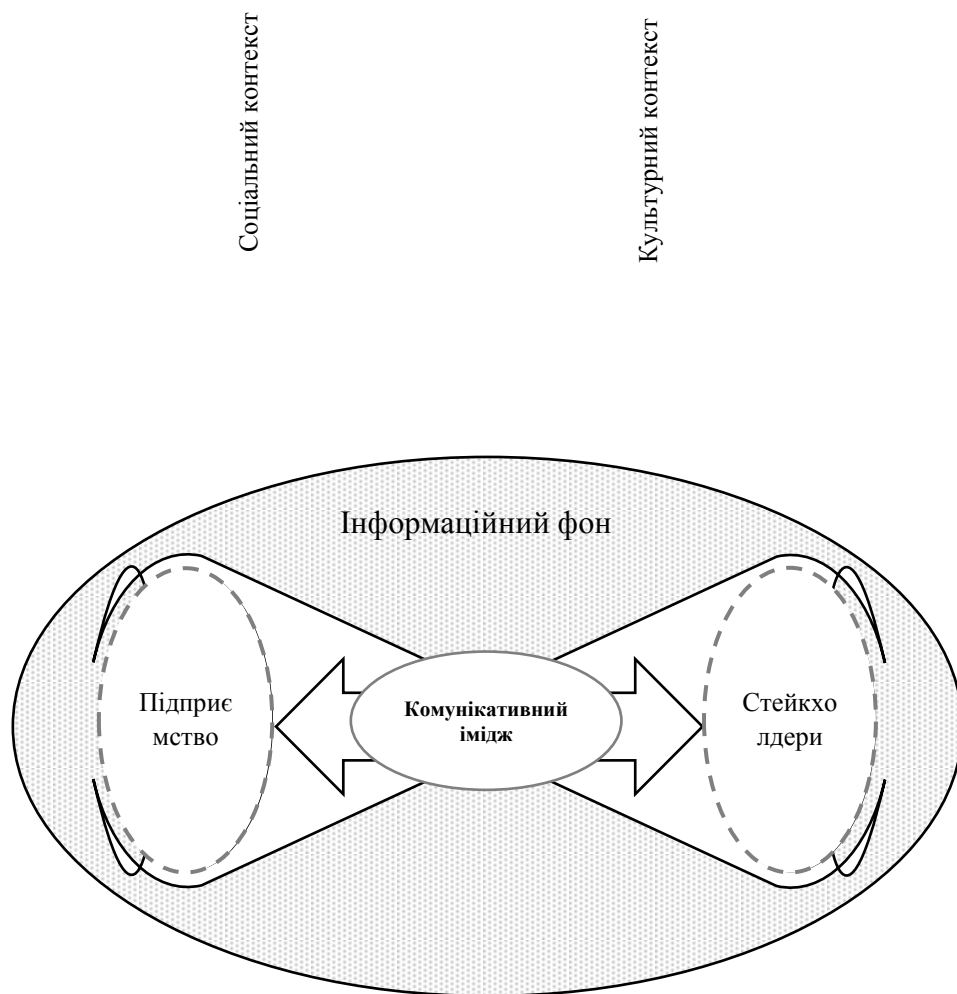


Рис. 2. Трансакційна модель комунікації

**Рис. 3. Модель формування комунікативного іміджу інноваційного підприємства
(авторська розробка)**

Модель також розрізняє чотири види контекстів, що впливають на сприйняття інформації комунікаторами. Додатково модель визнає наявність фонових шумів, що можуть впливати на комунікацію [4].

Виходячи із зазначеного вище, ми пропонуємо розробити модель формування комунікативного іміджу інноваційного підприємства, що заснована на трансакційній моделі комунікації (рис. 3).

В запропонованій моделі, в якості комунікатора 1 виступає інноваційне підприємство, яке в своїй комунікативній діяльності керується внутрішніми факторами: місією, візією і баченням; задачами і цілями діяльності; корпоративною культурою; структурою та відносинами всередині підприємства. Комунікатором 2 виступають стейкхолдери, на яких впливають наступні фактори: економічне та соціальне становище; домінуюча в суспільства культура; відносини між стейкхолдерами та підприємством. Каналами комунікацій між підприємством та стейкхолдерами є: веб-сайт, колл-центр, засоби швидкого обміну повідомленнями (телефон, факс, смс, скайп, вайбер тощо), соціальні мережі, пряме спілкування в офісі підприємства, сервісне обслуговування тощо. При чому для кожної із груп стейкхолдерів доцільно використовувати найбільш оптимальні конфігурації комунікаційних каналів. Слід зауважити, що додатково на процес комунікації впливає інформаційний фон – шум, на який не можуть безпосередньо впливати, а ні підприємство, а ні стейкхолдери, але від якого може залежати ефективність процесу комунікації. Структуризація елементів в запропонованій на рис. 3 моделі, дозволяє стверджувати, що саме в процесі комунікації створюється загальне розуміння ролі підприємства, його функцій та впливу на оточуючу дійсність. Ми вважаємо, що саме таке розуміння і дозволяє сформувати комунікативний імідж інноваційного підприємства, який, в ідеальному випадку, має відповідати одночасно, як баченню самого підприємства, так і баченню стейкхолдерів.

Отже, модель формування комунікативного іміджу інноваційного підприємства в значній мірі залежить від обраної ним моделі комунікацій. Спираючись на сучасний стан розвитку комунікацій, де ролі відправника та отримувача інформації розмиваються, а сам процес комунікації відходить від передачі повідомлення до більш персоніфікованого спілкування, найбільш обґрунтованою для інноваційного підприємства є модель міжособистісної комунікації з усіма категоріями стейкхолдерів.

Література

1. Смит П. Коммуникации стратегического маркетинга: Учеб. пособие, / П. Смит, К. Бэрри, А. Пулфорд. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2001.
2. Чупир О. М. Аналіз інструментів маркетингової комунікаційної політики підприємства в системі менеджменту організації / О. М. Чупир, О. Є. Сичова. // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2017. – №57. – С. 144–148.
3. Tubbs S. L. Toward A Meaning-Centered Philosophy Of Communication / S. L. Tubbs, R. M. Carter, D. Barnlund // Shared Experiences in Human Communication / S. L. Tubbs, R. M. Carter, D. Barnlund. – New Jersey: Hayden book company, inc., 1978. – С. 26–32.
4. Businessstopia. Transactional Model of Communication // Businessstopia. - 2018. - URL: <https://www.businessstopia.net/communication/transactional-model-communication> (датазвернення: 16.03.2018)
5. University of Minesota Libraries. Communication in the Real World: An Introduction to Communication Studies // University of Minesota Libraries. - 2013. - URL: <http://open.lib.umn.edu/communication/chapter/1-2-the-communication-process> (датазвернення: 16.03.2018)

НОВІТНІ МЕТОДИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

НОВЕЙШИЕ МЕТОДЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРЕДПРИЯТИЯ

THE MODERN METHODS TO IMPROVE COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES

Анотація. У статті розглянуто новітні напрями підвищення конкурентоспроможності підприємства в інтернеті, досліджено важливість створення власного сайту, реклама у пошуку Яндекс Директ та Google Adwords, а також користування послугами CPA-мережі, також, запропоновано додаткові підтримуючі заходи в рамках маркетингової комунікації в інтернеті.

Аннотация. В статье рассмотрены новейшие направления повышения конкурентоспособности предприятия в интернете, исследована важность создания собственного сайта, реклама в поиске Яндекс Директ та Google Adwords, а также пользование услугами CPA-сети, также, предложено дополнительные поддерживающие мероприятия в рамках маркетинговой коммуникации в интернете.

Abstract. The article examines the latest trends in increasing the company's competitiveness on the Internet, explored the importance of creating its own website, advertising in the search for Yandex Direct from Google Adwords, as well as using the services of the SRA network, and additional supporting activities in the frames of the marketing mapping on the Internet.

Актуальність теми полягає у тому, що в конкурентних умовах будь-який господарюючий суб'єкт для ефективного функціонування та оцінювання своїх майбутніх перспектив повинен постійно підвищувати рівень власної конкурентоспроможності. В той же час спостерігається твердий взаємозв'язок між рівнем конкурентоспроможності підприємства і рівнем його прибутковості. Отже, важливим завданням багатьох підприємств є забезпечення їх конкурентоспроможності.

Постановка проблеми. Метою є дослідження новітніх методів підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Результати дослідження. Важливим новітнім напрямом підвищення конкурентоспроможності підприємства є інтенсифікація маркетингової діяльності, а саме інтенсивне використання сучасних можливостей у мережі Інтернет для підвищення обсягу збуту.

Основним напрямками підвищення конкурентоспроможності підприємства в Інтернеті є розвиток маркетингових комунікацій підприємства через створення власного сайту та замовлення реклами у пошуку від рекламної мережі Яндекс Директ та Google Adwords, а також користування послугами CPA-мережі (рис.1).

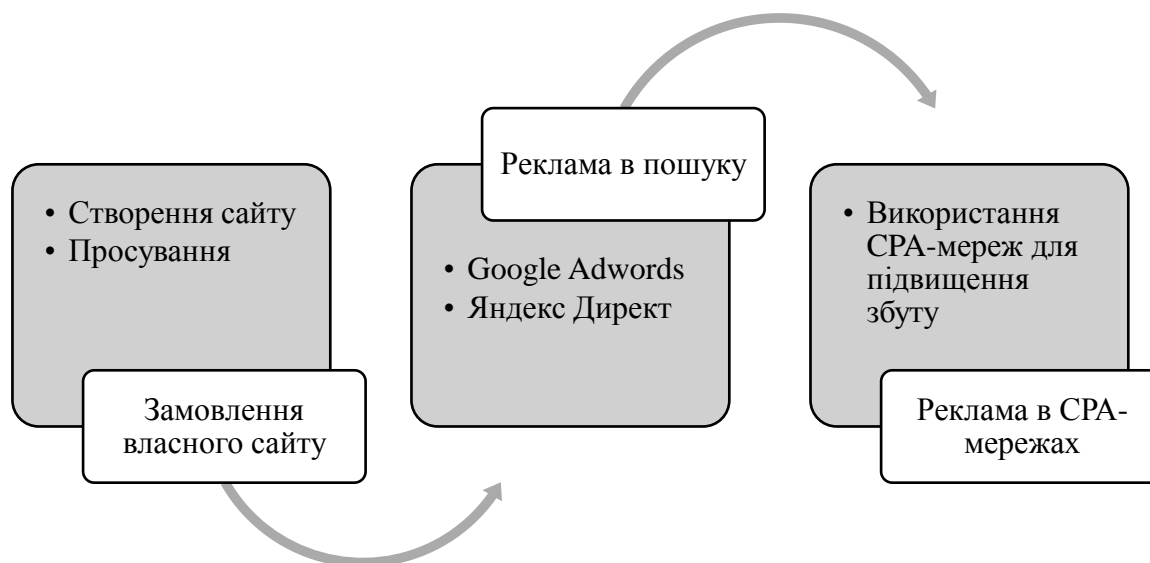


Рис.1. Напрямки підвищення конкурентоспроможності підприємства в Інтернеті
Джерело: складено авторами

Створення та просування власного сайту компанії є дуже важливим, так як формує її репутацію, адже клієнт може знайти всю необхідну інформацію про підприємство чи продукт (послугу) там, також на сайті можна робити онлайн замовлення, що в свою чергу підвищить обсяг збуту.

Щодо налаштування рекламних кампаній та оцінювання потенціалу їх проведення, то спочатку слід розібратися із Google Adwords. Першочергово потрібно створити акаунт Google Adwords, потім обираємо цільову аудиторію шляхом вибору місця розташування, мови потенційних клієнтів, а також демографічних показників (вік, стать), далі визначаємо бюджет рекламної кампанії. На наступному етапі встановлюється ціна за клік по рекламному повідомленню. При виборі рекомендованого варіанту «Автоматичне призначення ставок» вказується верхня межа ціни за клік, приміром, 5,56 грн., а система автоматично підбирає мінімально необхідну ціну за клік для показу рекламного оголошення на найкращій у кожному конкретному випадку позиції. При цьому фактична ціна за переходи в більшості випадків менше максимальної ціни і ніколи її не перевищує з групи, виявляючи при цьому найбільш ефективні. Потім необхідно створити рекламне оголошення (вказати заголовок, описати продукт і вказати адресу веб-сторінки, на яку перейде користувач, натиснувши на контекстне оголошення). Також на екрані налаштування кампанії слід спочатку ввести ключові слова. Аналіз різноманітних запитів дозволить виділити важливі слова, за якими слід проводити рекламування. Потім на заключному етапі рекламодавцеві необхідно вибрати спосіб оплати і ввести платіжні дані. По завершенні перевірки оголошення модератором проводиться оплата згідно з вимогами Google Adwords, і інтернет-реклама з'являється в мережі. [1].

Щодо реклами у мережі Яндекс. Основними можливостями є перегляд статистики пошукових запитів за місяць, вибір запитів, при яких буде показане рекламне оголошення, можливість скласти рекламний текст, можливість вибрати країну та місто, де мешкає потенційний покупець [4].

Оплата здійснюється за клік на оголошення, а не за його показ.

Також слід звернути увагу на ще один важливий інструмент, який набирає популярність в мережі інтернет, а саме на CPA-мережі. CPA-модель (з англ. Cost per Action-плата за дію) представляє собою оплату за конкретну цільову дію, яку здійснив реальний клієнт. Таким чином, рекламодавці відразу отримують зацікавлених клієнтів, які не

направляють грошовий потік від рекламного бюджету не в те русло. До того ж, рекламодавцю відкриваються широкі перспективи по сегментації клієнтів за допомогою вибору і налаштування цільових дій: наприклад, оплата може проводитися за заповнення анкети, підписки на каталог, здійснення покупки і всього іншого, що необхідно рекламодавцю.

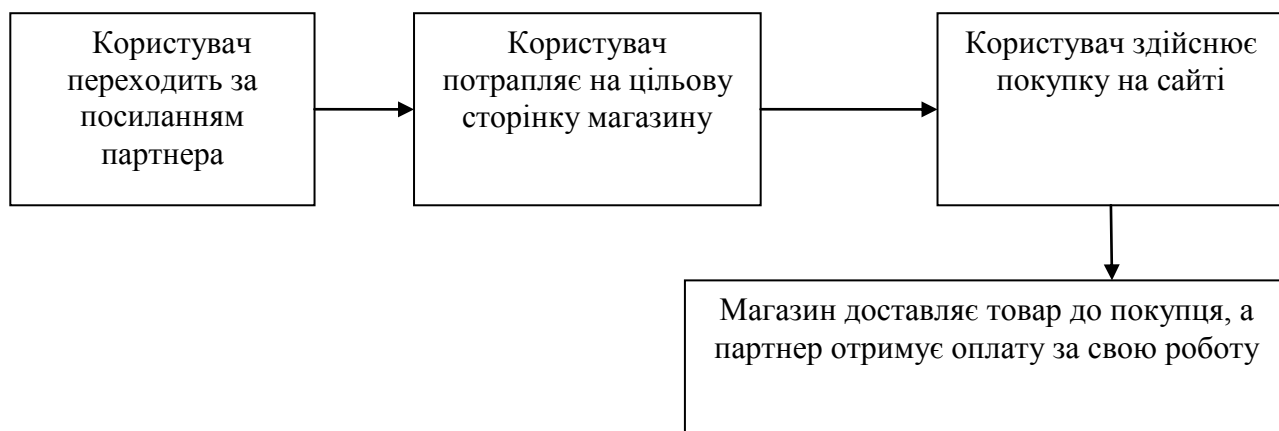


Рис. 2 Схема дії CPA-мережі

Джерело: складено авторами

Важливим є обґрунтування якісної програми CPA-мережі (рис.2).

Така програма буде дозволяти монетизувати сайт, контент, створений користувачами в соціальних мережах або онлайн-додаток, розміщуючи на сайтах вебмайстрів посилання на підприємство.

Починаючи процес реєстрації, веб-майстер заповнює і відправляє онлайн-заявку на сайт магазину. Той факт, що процес затвердження відбувається автоматично не означає, що рішення не може бути змінено пізніше.

Партнер в програмі не може створювати або розробляти свій веб-сайт або будь-якій іншій веб-сайт, який використовується, явно або неявно таким чином, який нагадує веб-сайт магазину підприємства.

Будучи членом CPA програми, у вебмастера буде доступ до менеджера партнерської облікового запису. Тут він зможе переглянути інформацію про програму та раніше опубліковані інформаційні бюлетені для партнерів, завантажити HTML-код (який містить посилання на веб-сторінки на веб-сайті магазину) і рекламні оголошення банерів, переглядати і отримувати коди відстеження для купонів і угод, щоб можна було точно відстежувати всі гостьові візити з сайту на сайт-магазину.

Магазин залишає за собою право в будь-який час перевірити місце розміщення і схвалити використання посилань та банерів, а також вимагати, щоб веб-майстер змінив їх розташування або використав їх відповідно до наданих рекомендацій.

Обслуговування та оновлення сайту буде відповідальністю вебмастера. Веб-майстер зобов'язаний повністю дотримуватися всіх права інтелектуальної власності та інших законів, які стосуються його сайту. У нього має бути спеціальний дозвіл на використання матеріалів, захищених авторським правом будь-якої особи, будь то лист, зображення або будь-яка інша інформація, що охороняється законом. Магазин не будемо нести відповідальність, якщо веб-майстер використовує матеріал, захищений авторським правом іншої людини або іншу інтелектуальну власність, в порушення закону або прав третіх осіб.

Веб-майстер може рекламувати свої власні веб-сайти, але, природно, будь-яке просування, в якому згадується назва магазину, може сприйматися громадськістю або пресою як спільне зусилля. Тому веб-майстер повинен знати, що певні форми реклами завжди заборонені. Наприклад, реклама, яка зазвичай називається «спам», є неприйнятною для магазину і може завдати шкоди його імені. Інші зазвичай заборонені форми реклами

включають використання комерційної електронної пошти (UCE), підписку в некомерційні групи новин і перехресні посилання в кілька груп новин одразу. Дозволяється використовувати розсилки клієнтам для просування сайту, якщо одержувач вже є клієнтом або передплатником послуг або веб-сайту, а одержувачі мають можливість відписатися від майбутніх розсилок. Крім того, веб-майстер може публікуватися в новинних групах для просування сайту магазину. Будь-які очікувані платежі не будуть виплачені, якщо обліковий запис веб-майстра буде закритий через неприйнятну рекламу.

В межах активізації маркетингової діяльності у мережі інтернет необхідно також запропонувати додаткові підтримуючі заходи.

Таблиця 1

ПІДТРИМУЮЧІ ЗАХОДИ В РАМКАХ МАРКЕТИНГОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ В ІНТЕРНЕТІ

Захід	Суть заходи
1	2
Налаштування системи Google Analytics і Яндекс Метрика	Підключення систем аналітики дозволить відстежувати ефективність кожного з маркетингових каналів підприємства. Це дозволить підвищити витрати по ефективним напрямкам і знизити витрати за напрямками, які не дають приросту в збуті.
Проведення онлайн навчання менеджера по роботі з покупцями	Проведення додаткового навчання менеджера по роботі з покупцями для підвищення його компетенції в питаннях управління комунікаційною діяльністю в інтернеті. Для цього слід використовувати матеріали у вільному доступі, а саме - матеріали Яндекс Директ і Google Adwords
Створити посадкову сторінку	Створити посадкову сторінку для тих користувачів, хто буде переходити на сайт за пропонуваними рекламними каналами. Це дозволить підвищити ефективність роботи всього сайту

Джерело: складено авторами

Також для підвищення ефективності інтернет-реклами, слід впровадити ряд підтримуючих заходів, які дозволять підвищити інформативність сайту і якість всього процесу. Слід зробити такі кроки (табл.1).

В процесі проведення діяльності в мережі інтернет важливо забезпечити належний збір статистики, що дозволить в подальшому отримувати необхідні числові дані для аналізу ефективності кожного з напрямків маркетингових комунікацій[3]. Без цього неможливо налагодити якісну роботу в мережі інтернет. Тому особа, яка займається налаштуванням сайтів, має підключити відповідні лічильники від Google Analytics і Яндекс Метрики. Тільки в такому випадку можна досягти позитивних результатів по комунікаційній діяльності в мережі.

Також, підтримуючим заходом є проведення додаткового навчання менеджера по роботі з клієнтами для того, щоб сформувати у нього розуміння особливостей роботи з інтернет-напрямком. Підвищення його компетенції дозволить отримати співробітника, який буде розуміти всі особливості цього процесу, а значить, забезпечить подальше підвищення ефективності і використання наявних резервів для збільшення обсягів виручки при зниженні витрат [2].

І останнє, слід створити посадкову сторінку, яка буде орієнтуватися на користувачів мережі інтернет. Така посадкова сторінка повинна враховувати, звідки саме прийшли користувачі, по якому саме рекламному оголошенню, що дозволить відразу пропонувати їм ту продукцію, яка їх цікавить.

Сукупність цих заходів забезпечить підвищення ефективності додаткових комунікаційних заходів, а завдяки цьому і зростання конкурентоспроможності.

Отже, інтенсивне використання сучасних можливостей у мережі Інтернет для підвищення обсягу збуту допоможе значно підвищити конкурентоспроможність підприємства.

Література

1. Google Adwords [Електронний ресурс] – Офіційний сайт рекламної мережі Google Adwords – Режим доступу: <https://adwords.google.com>
2. Литюга Ю.В., Позняк С.В. Процесне управління ризиками розвитку підприємства як джерело його конкурентоспроможності / Литюга Ю.В., Позняк С.В. // Ефективна економіка, 2015. - № 9 – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=4612>
3. Лупак Р. Л. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб. / Р. Л. Лупак, Т. Г. Васильців.– Львів : Видавництво ЛКА, 2016. – 484 с.
4. Яндекс.Директ [Електронний ресурс] – Офіційний сайт рекламної мережі Яндекс.Директ– Режим доступу: <https://direct.yandex.ru/>

УДК 330:341

Олександра Мельникова

*к. е. н., доцент кафедри економіки підприємств,
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,
alx.melnikova@gmail.com*

Ірина Швець

*студентка 5 курсу факультету економіки та управління
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,
ipad111112@gmail.com*

УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ КОШТАМИ В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

УПРАВЛЕНИЕ ОБОРОТНЫМИ СРЕДСТВАМИ В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

MANAGEMENT OF CURRENCY VEHICLES IN THE CONDITIONS OF INNOVATIVE ENTREPRENEURSHIP

Анотація. В роботі розглянуто сутність і значення оборотних коштів в умовах інноваційного підприємництва. Розкрито основні аспекти завдання управління оборотними засобами інноваційно-активного підприємства

Аннотация. В работе рассмотрена сущность и значение оборотных средств в условиях инновационного предпринимательства. Раскрыты основные задания управления оборотными средствами инновационно-активного предприятия

Abstract. The essence and value of circulating assets in conditions of innovative entrepreneurship is considered in the work. The basic aspects of management of circulating tasks of the innovative active enterprise were revealed

Управління оборотними коштами підприємства є одним з найактуальніших завдань в умовах інноваційного підприємництва, адже швидкість обертання оборотних коштів є показником не лише ефективності їх використання, а й створює основу для реалізації концепції інноваційного підприємництва в сучасних умовах господарювання. Оборотні кошти мають величезне значення: вони формують частину продуктивного капіталу підприємства.

В загальному розумінні, оборотні кошти – це кошти підприємства, які авансуються у створення оборотних фондів та фондів обігу, вони переносять свою вартість на вартість продукції, що виробляється на підприємстві. Особливість функціонування оборотних коштів на підприємстві полягає в тому, що оборотні кошти функціонують на підприємстві в грошовій, продуктивній і матеріальній формі. Тому, управління оборотними коштами пов'язано з операційним циклом підприємства.

Управління оборотними коштами в умовах інноваційного підприємництва являє собою цілеспрямовану та систематичну діяльність, комплекс принципів, методів і способів, які

використовуються для формування оптимальної структури оборотних коштів на підприємстві. При цьому особливу увагу необхідно приділяти не лише визначенню потреби в оборотних коштах, а і пошуку джерел їх фінансування та прискорення оборотності.

Отже, серед основних завдань управління оборотними коштами в умовах інноваційного підприємництва можна виділити:

- створення системи управління оборотними коштами підприємства;
- забезпечення оптимальної структури балансу підприємства;
- забезпечення необхідного рівня ліквідності та платоспроможності на підприємстві;
- забезпечення раціональних характеристик надійності та стабільності діяльності підприємства;
- забезпечення раціонального співвідношення основних елементів оборотних коштів підприємства;
- створення організаційних та технологічних умов для скорочення операційних циклів підприємства;
- визначення структури джерел фінансування оборотних коштів з урахуванням їх вартості;
- використання спеціалізованого програмного забезпечення в управлінні оборотними коштами підприємства.

У загальній структурі активів сучасних підприємств оборотні кошти займають понад 80%. Розмір оборотних коштів враховується при визначенні результатів діяльності та фінансового стану підприємств [1, с. 70]. Тому їх раціональне використання впливає на фінансовий стан підприємств усіх галузей економіки, що передбачає залучення в систему оборотних активів інновацій та інноваційних технологій.

Головним завданням управління оборотними коштами в умовах інноваційного підприємництва є підвищення ефективності їх використання, що можна досягти використовуючі сучасні методи нормування оборотних коштів. За допомогою нормування визначається мінімально необхідний розмір оборотних коштів, необхідний для забезпечення всіх процесів виробництва і підтримки платоспроможності підприємства. При цьому, найпоширенішим методами нормування оборотних коштів у інноваційному підприємстві залишається метод прямого розрахунку виробничих запасів, незавершеного виробництва, витрат майбутніх періодів та залишків готової продукції на складі [2, с. 70]. При цьому, на підприємствах, які займаються розробкою інноваційної продукції, особливої уваги потребують визначення потреби саме у витратах майбутніх періодів. Крім того, інноваційна модель підприємництва створює умови щодо поліпшення якісних показників використання виробничих запасів, що досягається шляхом економії і більш ефективного споживання кожного їх виду.

Коли формується величина нормативу оборотних коштів, керівнику підприємства необхідно обрати між двома протилежними підходами, рис. 1.

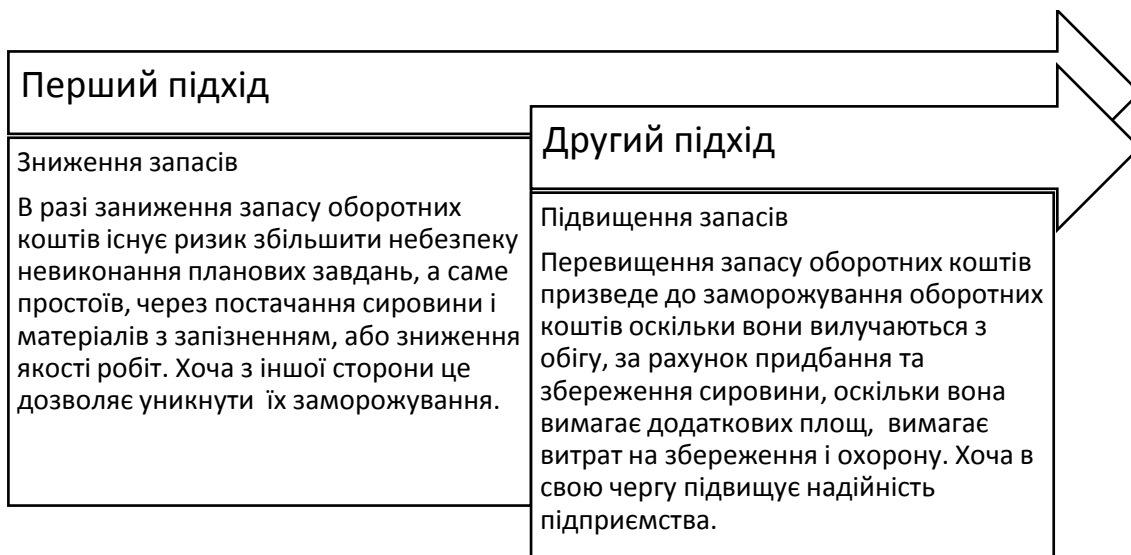


Рис. 1. Підходи до управління запасами оборотних коштів

Цільовою установкою впливу інноваційних процесів на стан оборотних ресурсів є поліпшення обсягу та структури оборотного капіталу, джерел їх покриття і співвідношення між ними, достатнього для забезпечення довгострокової виробничої і ефективної фінансової діяльності підприємства [4, с. 97].

Крім того, одними із найвагоміших показників, що впливають на стан оборотних коштів є їх показники оборотності. Прискорення оборотності оборотних коштів є одним з основних завдань в умовах інноваційного підприємництва, адже завдяки цьому можна збільшити обсяг виробництва продукції на кожен гривню поточних витрат, а також вивільнити частину грошових коштів і завдяки цьому створити додатковий резерв для розширення виробництва на інноваційній основі [3, с. 51]. Від швидкості обороту залежить як мінімальний розмір оборотних коштів, що забезпечує безперебійне функціонування підприємства, так і оптимальний розмір витрат на зберігання і утримання запасів підприємства. Це відбивається на собівартості продукції і, відповідно, впливає на фінансові результати підприємства. Крім того, частина оборотних коштів може виступати джерелом фінансування інноваційної діяльності підприємства.

Отже метою управління оборотними коштами підприємства є підтримка стійкого балансу між прибутковістю та ризикованістю діяльності. Досягнення цієї мети можливо за рахунок створення системи управління оборотними коштами з урахуванням поставлених завдань, що дозволить підвищити ефективність формування та використання оборотних коштів на підприємстві. Ефективне управління оборотними коштами дозволить створити умови для розвитку підприємства на інноваційній основі – а саме забезпечити фінансову стійкість та підняти рівень платоспроможності.

Література

1. Білейченко О.В. Структура обігових коштів в умовах ринкової економіки / О.В. Білейченко // Фінанси України. – 2011. – №5 – С. 70-72.
2. Бондаренко О.С. Методологічні основи управління оборотними активами підприємств / О.С. Бондаренко // Інвестиції: практика та досвід. – 2008. – №4. – С. 40-44.
3. Гринюк І.М. Стратегії управління оборотним капіталом та джерелами його фінансування: на прикладі нафтогазових підприємств України / І. М. Гринюк // Економіка України : науковий журнал. – 2017. – № 8. – С. 47-59
4. Севрук Є. Фінансування оборотних активів підприємств торгівлі України / Є. Севрук // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2017. – № 3. – С. 94–104.

ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ ТРАНСПОЗИЦІЇ ТА ІНТЕГРУВАННЯ РЕСУРСІВ РОЗВИТКУ В СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ ТРАНСПОЗИЦИИ И ИНТЕГРАЦИИ РЕСУРСОВ РАЗВИТИЯ В СИСТЕМЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

APPLIED ASPECTS OF TRANSPOSITION AND INTEGRATION OF DEVELOPMENT RESOURCES IN THE SYSTEM OF STRATEGIC MANAGEMENT OF ENTERPRISES OF THE PHARMACEUTICAL INDUSTRY

Анотація. У сучасних умовах ринкового функціонування ресурси трансформуються в ресурси розвитку. Запропоновано схему транспозиції та інтегрування ресурсів розвитку в системі стратегічного управління підприємств. Визначені основні пріоритети розвитку фармацевтичної промисловості в сучасному ринковому середовищі та окреслено тренди діяльності фармацевтичних компаній. Розподілено підприємства за критерієм впровадження стратегії формування ресурсів розвитку та запропоновано заходи для підвищення ефективності їх діяльності.

Аннотация. В современных условиях рыночной функционирования ресурсы трансформируются в ресурсы развития. Предложена схема транспозиции и интегрирования ресурсов развития в системе стратегического управления предприятий. Определены основные приоритеты развития фармацевтической промышленности в современной рыночной среде и обозначены тренды деятельности фармацевтических компаний. Распределены предприятия по критерию внедрения стратегии формирования ресурсов развития и предложены меры по повышению эффективности их деятельности.

Annotation. In today's conditions of market functioning, resources are transformed into developmental resources. The scheme of transposition and integration of development resources in the system of strategic management of enterprises is proposed. The basic priorities of development of the pharmaceutical industry in the modern market environment are determined and trends of activity of pharmaceutical companies are indicated. The enterprises are divided according to the criterion of implementation of the strategy of development of resource development, and measures are proposed to increase the efficiency of their activities.

Ресурси виступають джерелом довгострокових і важко імітованих конкурентних переваг компанії. Актуальність вивчення проблеми управління ресурсами пов'язана з потребою обґрунтування та реалізації цілеспрямованих дій щодо управління портфелем ресурсів фармацевтичних підприємств.

В сучасних умовах ринкового функціонування ресурси трансформуються в ресурси розвитку та проходять етап транспозиції та інтегрування в системі стратегічного управління підприємств. Транспозиція є переходом ресурсів від одного функціонального стану до іншого, а інтегрування – їх впровадження з метою покращення ефективності діяльності підприємства.

Фармацевтичні підприємства функціонують в ринковому середовищі в складних політико-економічних умовах України. Суб'єкти господарювання планують власну діяльність з метою збільшення ринкової вартості бізнесу. Інструментом реалізації чого є ресурсний портфель.

Вагомий внесок у розробку теоретичних і прикладних досліджень щодо ресурсів зробили такі українські й зарубіжні науковці: А. Сміт, Д. Рікардо, Дж. С. Міль, Ж.-Б. Сей, К. Маркс, А. Маршалл, М. Портер, Дж. Б. Кларк, Н. В. Ревуцька, Шелбі Д. Хантінші.

Схема транспозиції та інтегрування ресурсів розвитку в системі стратегічного управління підприємств забезпечує поєднання ресурсних можливостей компанії з ринковими

умовами господарювання, та відображає синергійну взаємодію між двома класичними теоріями стратегічного менеджменту: теорією галузевої конкуренції М. Портера та ресурсною теорією (рис. 1).

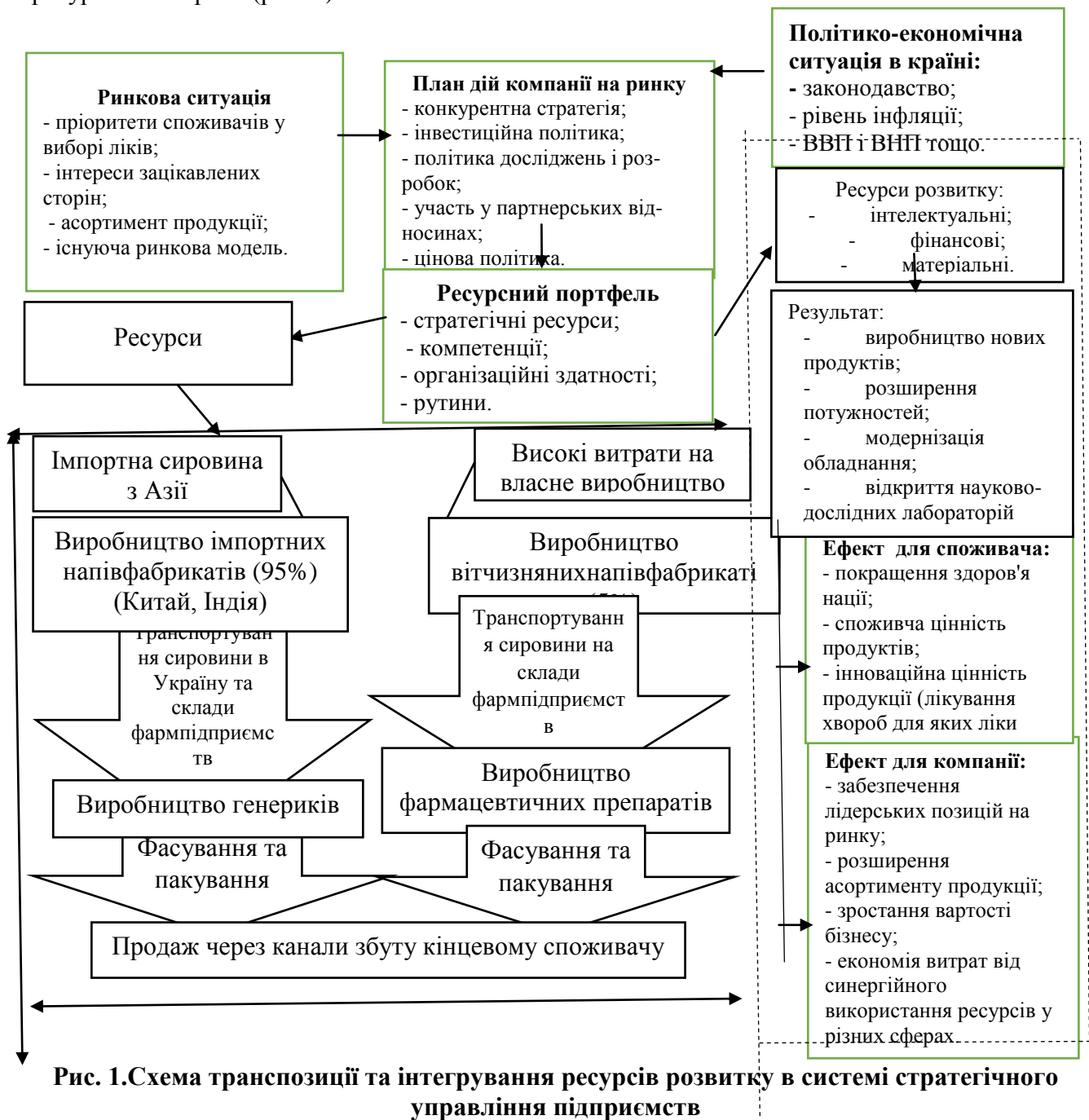


Рис. 1.Схема транспозиції та інтегрування ресурсів розвитку в системі стратегічного управління підприємств

Джерело: [Розроблено автором на основі 2, с. 39, 3, 4, 5]

Результатом такої взаємодії і є формування стійких конкурентних переваг, що в останні роки стали об'єктом дослідження нового напрямку — теорії ресурсних переваг (Шелбі Д. Хант) [1].

Використовуючи ресурси, українські фармпідприємства в основному виготовляють лікарські засоби з імпортованих, а 5% із власних напівфабрикатів. Сьогодні субстанції в переважній більшості закуповуються в Китаї та Індії.

По-перше, в даних країнах створені умови для зменшення вартості сировини, не такі високі вимоги до екології виготовлення, як в Європі. По-друге, менші витрати на оплату праці та більш вигідна політика щодо експорту. Наприклад, експортери, що розміщують

виробничі потужності в Індії, звільняються від сплати всіх податків, єдина вимога – оплата праці.

Нефасовані лікарські препарати є діючими речовинами (аспірин, парацетамол, ібупрофен, диклофенак тощо.) В чистому вигляді, тобто продукцією, що пройшла всі стадії виробничого процесу, крім фасування та пакування. На заводах випускаються аптечні продукти шляхом додавання різних допоміжних речовин, які або посилюють ефекти основної молекули, або надають препарату особливі властивості (наприклад, зміна локалізації дії, додання різних смаків тощо).

Таким чином, на ринку з'являються десятки препаратів під різними торговими марками, що мають в основі одну діючу речовину.

Українська фармацевтичні компанії купують індійську та китайську продукцію на тих же комбінатах, де і світові фармгіганти. Лише невелика кількість продуктів, випускаються на власних заводах. В основному це оригінальні інноваційні біотехнологічні препарати.

У 2016 р. було прийнято МОЗ України Наказ № 1245, що полегшує реєстрацію іноземних препаратів, та в свою чергу сприяє розширенню асортименту, але і загострення конкуренції [6].

Транспозитуючи та інтегруючи ресурси розвитку, фармацевтичні підприємства отримують можливості для: відкриття науково-дослідних лабораторій; створення нових молекул, виробництва інноваційних продуктів; модернізація обладнання та розширення потужностей тощо.

Результати транспозиції та інтегрування мають позитивний ефект, як для підприємства, так і споживачів. При транспозитиванні та інтегруванні ресурсів розвитку необхідно враховувати, що основними пріоритетами розвитку фармацевтичної промисловості в сучасному ринковому середовищі є: доступніші ліки вітчизняної фармацевтичної промисловості; збільшення кількості молекул для дослідження, створення нових ліків, субстанцій для препаратів; збільшення кількості аптечних закладів, покращення якості обслуговування, а також розширення збуту на міжнародні ринки; використання багатоканального маркетингу фармацевтичними компаніями для просування власних продуктів, адже саме це і є найефективнішим інструментом для збільшення обсягів продажу.

Для визначення можливості впровадження перспектив розвитку фармацевтичної промисловості на практиці з огляду на проведений фінансовий та стратегічний аналізи розподілимо компанії на дві групи за інноваційною та очікування стратегіями формування ресурсів розвитку компанії (табл. 1).

Аналізуючи вище зазначене, досліджувані підприємства мають схожі тренди у діяльності: проведення досліджень та випуск нової продукції; дотримання стандартів GMP; надійність зв'язків з постачальниками; корпоративна соціальна відповідальність тощо.

Отже, виходячи з фінансового та стратегічного аналізів, а також політико-економічних умов функціонування фармацевтичних підприємств на ринку України, окреслимо план дій для ПАТ «Лекхім», ПрАТ «Дарниця», ПАТ «Науково-виробничий центр «Борщагівський хіміко-фармацевтичний завод», ПАТ «Фармак»: 1) провести рекламну кампанію для збільшення обсягів продажу наявного асортименту продукції, для цього використати накопичений чистий прибуток; 2) за допомогою наявного досвіду роботи у галузі розширити канали збуту на міжнародних ринках, для цього: провести маркетингове дослідження найближчих ринків Європи та виявити необхідність поставки конкретного виду фармацевтичних препаратів; побудова іноземних каналів збуту; проведення рекламної кампанії; випуск партії продукції для іноземного ринку; реалізація виготовленої продукції; отримати зворотній зв'язок від споживачів щодо продукції, а також фінансовий результат; 3) здійснити закупівлю іноземних препаратів з метою розширення асортименту, як наслідок, збільшення розміру чистого прибутку; 4) організувати та реалізувати спільний інноваційно-інтеграційний проект декількох фармацевтичних компаній метою наукових досліджень та створення нового продукту.

**РОЗПОДІЛ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЗА КРИТЕРІЄМ ВПРОВАДЖЕННЯ СТРАТЕГІЇ
ФОРМУВАННЯ РЕСУРСІВ РОЗВИТКУ**

Підприємство Характеристика	ПАТ «Науково-виробничий центр «Борщагівський хіміко-фармацевтичний завод»	ПрАТ «Фармацевтична фірма «Дарниця»	ПрАТ «Фармацевтична фабрика «Віола»	ПрАТ «Лекхім»	ПАТ «Фармак»
Придбання нових продуктів	+	+	+	+	+
Інвестиції в наукові дослідження і розробки	+	+		+	+
Дотримання GMP	+	+	+	+	+
Висококваліфікований персонал	+	+	+	+	+
Автоматизація та роботизація	+	+	+	+	+
Заходи по усуненню розповсюдження контрафактних лікарських засобів	+	+			+
Корпоративна ERP система		+			
Корпоративна відповідальність	+	+	+	+	+
Діяльність на міжнародному ринку	+	+		+	+
Інноваційна стратегія	*	*		*	*
Стратегія очікування			*		

Джерело: [Розроблено автором на основі даних підприємств]

План дій для ПАТ «Віола» буде таким:

1) провести рекламну кампанію для збільшення обсягів продажу наявного асортименту продукції, для цього використати фінансові ресурси у вигляді резервних коштів або взяти кредит; 2) провести маркетингове дослідження з метою виявлення попиту споживачів; 3) виявити найменш реалізовані товари, скорегувати план випуску продукції на наступний період; 4) здійснити закупівлю іноземних препаратів з метою розширення асортименту, як наслідок, накопичити чистий прибуток; 5) в перспективі провести заходи для створення інноваційної продукції.

Отже, фармацевтичні підприємства України функціонують у складній політико-економічній ситуації. На основі дослідження ринкових умов запропоновано транспозицію та інтегрування ресурсів розвитку в системі стратегічного управління компанії, а також розподілено досліджувані підприємства за критерієм впровадження стратегії формування ресурсів розвитку. На базі розподілу запропоновано заходи для підвищення ефективності їх діяльності. Визначено пріоритети розвитку фармацевтичної промисловості в сучасному ринковому середовищі, а також окреслено основні тренди діяльності фармацевтичних підприємств: проведення досліджень та випуск нової продукції; дотримання стандартів GMP; надійність зв'язків з постачальниками; корпоративна соціальна відповідальність тощо.

Література

- Hunt, Shelby D., and Robert M. Morgan. 1995. The comparative advantage theory of competition. *Journal of Marketing* 59 (April): 1—15. www.nbu.gov.ua/portal/chem_biol/nvlnau/Ekon/2009_5/articles/V.V._Derkacheva.pdf

2. Ревуцька Н. В. Особливості формування системи управління ресурсами підприємства / Н. В. Ревуцька // Стратегія економічного розвитку України. - 2013. - № 32. - С. 37-45. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/seru_2013_32_7
3. Фармацевтична незалежність України. Газета 2000. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.2000.ua/mnenija/ekspertnye-mnenija/farmaceuticheskaja-nezavisimost-ukrainy.htm>
4. Імпортна сировина для фармацевтів дешевше вітчизняного. Юа1 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ua1.com.ua/rus/publications/nahimichili.-importnoe-syre-dlja-farmatsevtov-desheвле-otechestvennogo-6438.html>
5. Генерики та оригінальні препарати: огляд фармаколога. Аптека. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.apteka.ua/article/298852>
6. Наказ № 1245 від 17.11.2016 «Про затвердження Порядку розгляду реєстраційних матеріалів на лікарські засоби, що подаються на державну реєстрацію (перереєстрацію), та матеріалів про внесення змін до реєстраційних матеріалів протягом дії реєстраційного посвідчення на лікарські засоби, які зареєстровані компетентними органами Сполучених Штатів Америки, Швейцарії, Японії, Австралії, Канади, лікарських засобів, що за централізованою процедурою зареєстровані компетентним органом Європейського Союзу» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/ru/z1619-16>

УДК 330.341.1:351.863

Ольга Ніколайчук

*к. е. н., ст. викл. кафедри економіки та підприємництва
Криворізького економічного інституту
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,
olganicolaychuk@rambler.ru*

Вікторія Сінкевич

*студентка 1 курсу магістратури спеціальності «Економіка»
Криворізького економічного інституту
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,
vikasinkev@gmail.com*

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНА СКЛАДОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ УКРАИНЫ

INTELLECTUAL COMPOSITION FOR THE PROVISION OF ECONOMIC SECURITY OF UKRAINE

Анотація. Проаналізовано показники розвитку інтелектуального потенціалу України як чинника забезпечення економічної безпеки. Визначено головні проблеми неефективного використання інтелектуального потенціалу. Виділено напрямки оптимізації розвитку інтелектуального потенціалу для посилення економічної безпеки України.

Аннотация. Проанализированы показатели развития интеллектуального потенциала Украины как фактора обеспечения экономической безопасности. Определены главные проблемы неэффективного использования интеллектуального потенциала. Выделены направления оптимизации развития интеллектуального потенциала для усиления экономической безопасности Украины.

Abstract. The indicators of development of intellectual potential of Ukraine as a factor of ensuring economic security are analyzed. The main problems of ineffective use of intellectual potential are determined. The directions of optimization of development of intellectual potential for strengthening of economic security of Ukraine are highlighted.

Сучасна постіндустріальна економіка базується на виробництві та використанні наукових знань, результатом чого є отримання сучасної техніки, технології, нових методів, що гарантують прибуток. Інтелект виступає як вагомий чинник конкурентних переваг у глобалізованому середовищі, як один з найважливіших елементів захисту національних

інтересів держави, як принципово значущий ресурс економічної системи. Тому зміни у структурі економіки, які відбуваються останнім часом, зокрема, зростання частки в ній нематеріальної продукції, інформаційних технологій, зумовлюють змінив складових забезпечення економічної безпеки держави. В сучасних умовах велику роль у процесах її забезпечення відіграє ефективність процесів збереження і використання інтелектуального потенціалу.

Однак на сьогодні в Україні досі практично не створено сприятливих умов для розвитку інтелектуального потенціалу, формування попиту на інновації, дифузії інновацій.

В умовах євроінтеграційного спрямування України суттєвою загрозою для економічної безпеки держави є суттєве відставання за НДДКР-показниками від провідних країн світу, що може мати наслідком зниження або цілковите знищення національного промислового виробництва у випадку непередуманої стратегії соціально-економічної інтеграції. Так, рівень наукоємності ВВП на Україні становить в 2015 р. лише 0,62%, що є значно меншим, ніж показники провідних країн світу (рис. 1).

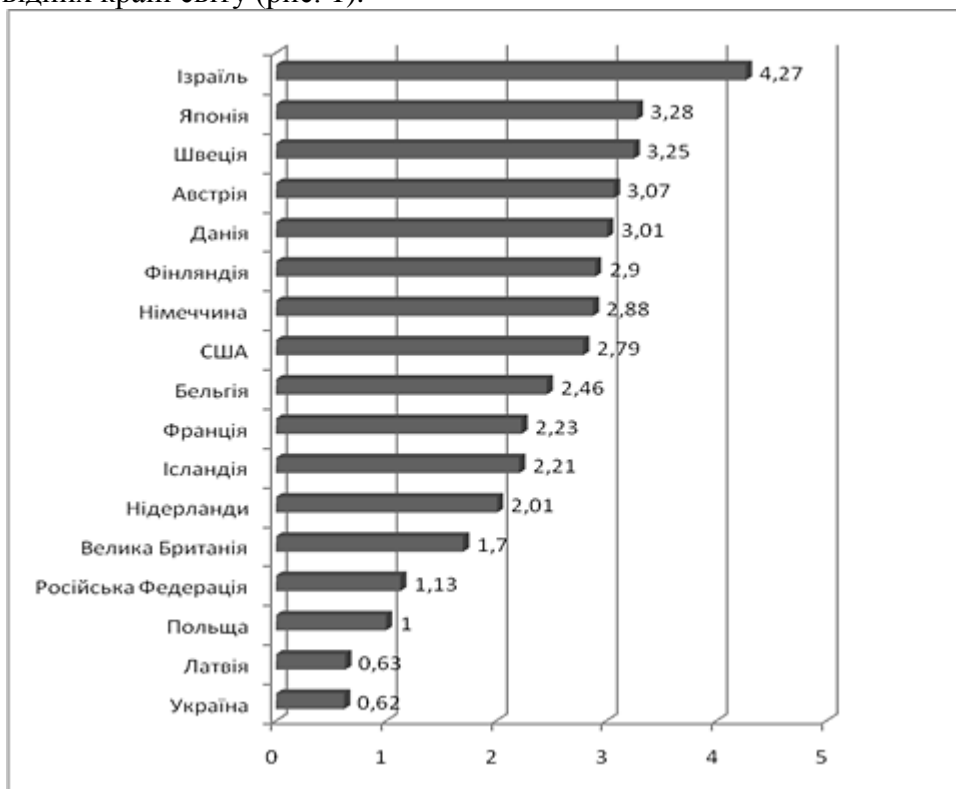


Рис. 1. Рівень наукоємності ВВП у різних країнах світу станом на 2015 р.

Джерело: побудовано автором за даними Світового Банку

Саме тому, на відміну від розвинених країн, де інноваційна модель розвитку економіки підтверджує свою ефективність (частка інноваційних підприємств досягає 70% і за рахунок виробництва й експорту наукоємної продукції забезпечує до 85-90% приросту ВВП), інноваційну діяльність на Україні здійснює 15,2% всіх підприємств станом на 2016 р. (рис. 2), а частка інноваційної продукції в загальному обсязі промислового виробництва становить 1,4%.



Рис. 2. Частка підприємств, що впроваджували інновації на Україні, %
Джерело: побудовано автором за даними Держкомстату України

Проведений аналіз наукової літератури дозволив виділити такі головні перешкоди, які гальмують розвиток інтелектуального потенціалу в Україні, що негативно позначається на її економічній безпеці:

- недосконалість чинного законодавства в напрямках захисту інтелектуальної власності;
- значне скорочення кількості науково-дослідних організацій і вищих навчальних закладів, дослідних заводів, проектних і проектно-пошукових організацій, науково-дослідних і конструкторських підрозділів на промислових підприємствах;
- невідпрацьованість механізмів державного стимулювання інноваційної діяльності з урахуванням різних етапів створення і реалізації інноваційних продуктів та послуг;
- низький рівень інфраструктурного забезпечення у функціонуванні інноваційних ринків;
- дефіцит державних ресурсів, потрібних для забезпечення високих темпів розвитку інноваційної діяльності;
- пасивність приватних інвесторів у напрямках фінансування вітчизняних інноваційних структур;
- виїзд за кордон і вимушений перерозподіл в інші сфери діяльності висококласних наукових фахівців;
- високий ризик вкладення капіталів у розвиток вітчизняної інноваційної діяльності;
- конкурентна боротьба різних держав за створення і реалізацію інноваційних продуктів та послуг [1-3].

Лише за умови прискореного формування інтелектуального потенціалу та ефективного його використання можна забезпечити такі параметри соціально-економічного розвитку, які б гарантувати високий рівень національної економічної безпеки.

Основні напрями розвитку інтелектуального потенціалу і посилення його ролі у зміцненні економічної безпеки передбачають: підвищення статусу інтелектуальної діяльності через прийняття спеціальних програм, підвищення рівня оплати праці у сфері освіти і науки (не нижче за середній у промисловості), збільшення обсягів державного фінансування цих сфер; розвиток системи грантової підтримки; розробку та запровадження ефективного механізму трансферу технологій у реальний сектор економіки шляхом гідної співпраці наукових установ, вищих навчальних закладів, бізнес-організацій; розширення мережі інноваційної інфраструктури; розвиток інформаційно-інноваційного середовища; застосування системи економічних стимулів для інноваційної активності підприємств.

Література

1. Антонюк В.П. Інтелектуальний потенціал України: проблеми його формування та нагромадження / В.П. Антонюк // Управління економікою: теорія та практика. Четверті Чумаченківські читання: зб. наук. праць. – К.: Ін-т економіки промисловості НАН України, 2015. – С. 3-14.
2. Драчук Ю.З. Інтелектуальний потенціал в Україні: проблеми та напрями розвитку / Ю.З. Драчук, Н.В. Трушкіна // Економічний вісник Донбасу. - 2016. - № 3 (45). - С. 207–212
3. Пшик Б. І. Роль інтелектуального потенціалу у зміцненні економічної безпеки держави / Б. І. Пшик, С. Б. Копитко // Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. - 2016. - Вип. 2. - С. 24-27. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/sepspu_2016_2_7

УДК 330.101

Галина Плисенко

к.е.н., науковий співробітник

Інституту підготовки кадрів державної служби зайнятості України

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УКРАИНЕ

TRENDS OF INNOVATIVE ACTIVITY IN UKRAINE

Анотація. Досліджено тенденції розвитку інноваційної діяльності в сучасних умовах модернізації економіки України. Здійснено аналітичне дослідження розподілу підприємств за напрямками інноваційної діяльності та їх видами. Запропоновано пріоритетні напрями діяльності уряду щодо сприяння розвитку інноваційних досліджень та розробок.

Аннотация. Исследовано тенденции развития инновационной деятельности в современных условиях модернизации экономики Украины. Осуществлено аналитическое исследование распределения предприятий по направлениям инновационной деятельности и их видами. Предложено приоритетные направления деятельности правительства по содействию развитию инновационных исследований и разработок.

Annotation. Studied tendencies of development of innovation activity in modern conditions of modernization of economy of Ukraine. Provides an analytical study of the division of enterprises in the directions of innovation activity and their types. Proposed priority directions of the government's activity to promote the development of innovative research and development.

Світ постійно змінюється, а разом з ним і умови діяльності сучасних підприємств. Актуальним завданням вітчизняних підприємств є завоювання в нових умовах гідного місця на внутрішньому та міжнародному ринках споживчих товарів або сфери послуг. З метою закріплення лідерських позицій в своїй сфері діяльності підприємства повинні застосовувати новітні способи виробництва для підвищення споживчих якостей та продуктивних характеристик або надання різного роду послуг. Сучасний ринок характеризується численними та динамічними змінами саме тому застосування інновацій сприятиме підвищенню ефективності діяльності і розвитку власних конкурентних переваг.

Європейський вибір України та її відповідна інтеграція у високотехнологічне конкурентне середовище зумовили необхідність формування інноваційної моделі розвитку, в якій роль головного джерела довготривалого економічного зростання відіграють наукові надбання та їх технологічне застосування, що надає можливість, підвищувати конкурентоспроможність економіки, гарантувати економічну безпеку держави та її чільне місце в Європейському Союзі за умови стабільних і високих темпів економічного зростання. Водночас інноваційна модель розвитку має розглядатися як інструмент формування засад інноваційно-інформаційного суспільства, в Україні [2, с. 10]. У країнах ЄС постійно зростає інтерес до інноваційної діяльності, що розглядається як найбільш динамічний ресурс

економічного зростання [4, с. 125]. На сучасному етапі інтеграції вітчизняних економічних процесів з європейським співтовариством значного поширення набуває процес впровадження інновацій в сучасне підприємництво.

Становлення та розвиток українського підприємництва відбувався в несприятливих умовах перехідної економіки, які характеризувалися локалізованими діями зі сторони держави, що проявлялися в обмеженні свободи вибору підприємців, які бажали здійснювати підприємницьку діяльність за «новою» ринковою економікою. «За визначення Міжнародної фінансової корпорації проблемними чинниками в українському бізнес-середовищі, що створюють перешкоди для розвитку інноваційного підприємництва є такі: обмежені фінансові ресурси; недосконала база оподаткування; тривалі та часті перевірки; дозвільна система; діюча бюрократична система; ліцензування; стандарти та сертифікації; експорт» [5, с. 8].

Упродовж 2014–2016 рр. частка підприємств, які займались інноваційною діяльністю, за рекомендованими видами економічної діяльності становила 18,4%, у т. ч. здійснювали технологічні інновації – 11,8% (5,7% – продуктові та 10,3% – процесові), не технологічні – 13,4% (8,7% – організаційні та 10,2% – маркетингові) (рис. 1). За видами економічної діяльності, то протягом 2014–2016 рр. найвища частка інноваційних підприємств була на підприємствах інформації та телекомунікації (22,1%), переробної промисловості (21,9%), фінансової та страхової діяльності (21,7%) та діяльності у сфері архітектури та інжинірингу (20,1%) (рис. 2). При цьому вища за середню по країні частка підприємств із технологічними інноваціями була серед підприємств переробної промисловості (15,6%), з постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря (12,6%), а також підприємств, які займались діяльністю у сферах архітектури та інжинірингу, науковими дослідженнями та розробками, рекламною діяльністю – 13,2%; з нетехнологічними інноваціями – серед підприємств фінансової та страхової діяльності (18,0%), інформації та телекомунікації (17,3%), переробної промисловості (15,3%) [1, с. 2].

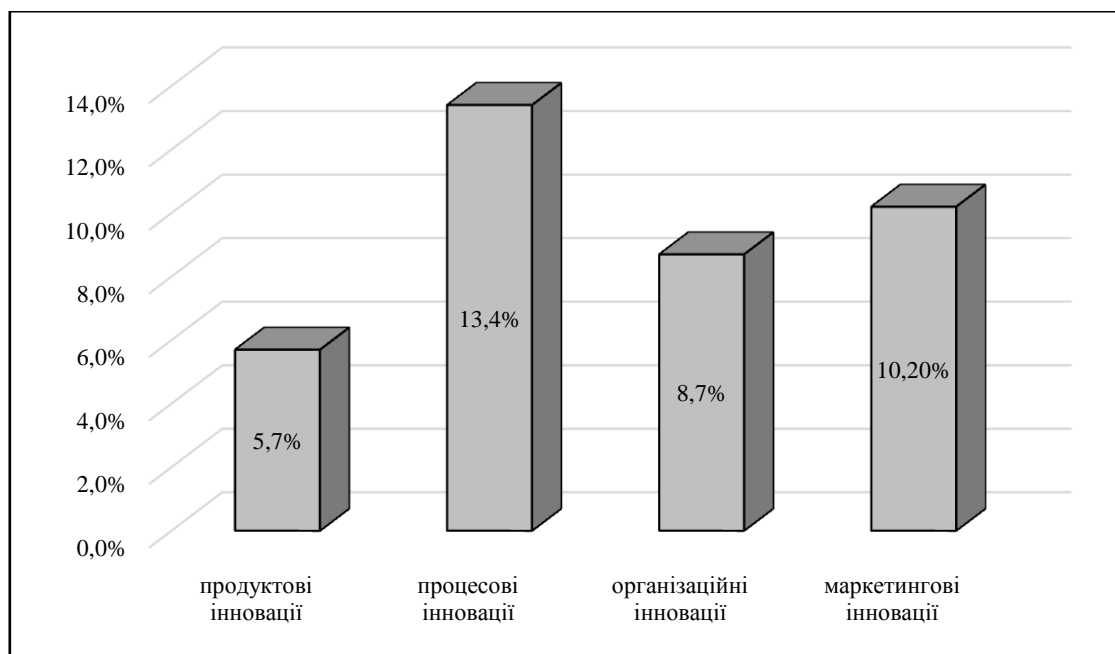


Рис. 1. Розподіл підприємств за напрямками інноваційної діяльності в Україні за 2014–2016 рр.

Джерело: складено автором на основі даних [1]

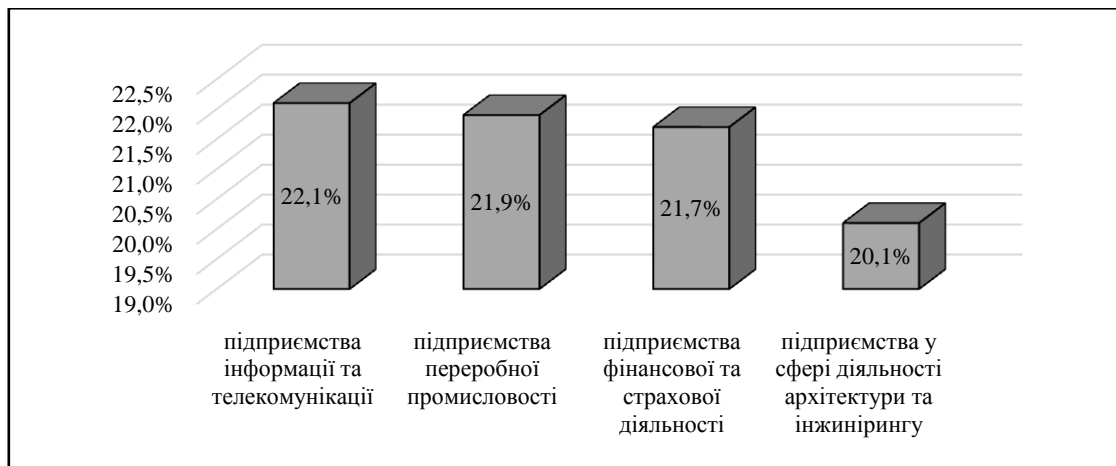


Рис. 2. Розподіл інноваційних підприємств за видами економічної діяльності в Україні за 2014–2016 рр.

Джерело: складено автором на основі даних [1]

Інноваційна діяльність сучасного підприємництва в умовах формування інноваційної економіки ще не досягла відповідного рівня розвитку. Отже, як бачимо кількість вітчизняних підприємств, що займаються інноваційною діяльністю за різними видами економічної діяльності в Україні не перевищують рівня 23%. З точки зору інноваційного розвитку Україна належить до країн, що наздоганяють розвинені країни Європейського союзу, і яка може здобути лідерські позиції за рахунок міцної наукової діяльності та унікальної ресурсної бази. Для покращення даних показників держава повинна розробляти відповідні заходи, що включатимуть підвищення ролі бізнес структур у фінансуванні та проведенні науково-дослідних робіт, підвищення ролі та впливу вищих навчальних закладів, розроблення нових механізмів мотиваційного характеру залучення молодих науковців до науково-дослідних розробок тощо.

Сучасні підприємства мають змогу розв'язати головні економічні проблеми суспільства, а саме сприяння підвищення виробництва вітчизняних товарів та послуг, які зможуть підвищити купівельну спроможність та задоволеність населення. Одним із пріоритетних завдань урядових організацій має бути гарантія ефективнішого функціонування ринку та національної інноваційної системи. Держава має сприяти в створенні макросередовища з придатними умовами для розвитку інновацій шляхом відповідального управління економікою, ефективною регуляторною політикою тощо. Щодо мотивації промислових розробок та досліджень, то основними механізмами та інструментами є фінансові ресурси, такі як пряме фінансування, податкові знижки, субсидії та позики. «В стратегії забезпечення стабільного і прискореного економічного зростання на новій технологічній основі і з врахуванням характеру соціальних та економічних процесів, слід приділяти особливу увагу при формуванні інституційних носіїв, що мають здійснювати дії інноваційного характеру, оскільки без них не відбудеться довгострокове економічне зростання» [3, с. 112].

Література

1. Державна служба статистики України. Доповідь «Обстеження інноваційної діяльності в економіці України (за міжнародною методологією)» 2014–2016 роки. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу. <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Ганущак-Сфіменко Л. М. Управління розвитком інноваційного потенціалу підприємств машинобудівної галузі [Текст] : автореферат на здобуття наукового ступеня канд. екон. наук : спеціальність 08.00.04. – економіка та управління підприємствами (машинобудування, агропромисловий комплекс, туристичні підприємства та підприємства рекреаційного комплексу). – К.: ПВНЗ «Європейський університет», 2009. – 20 с.

3. Геєць В. М., Семиноженко В. П. Інноваційні перспективи України: Монографія. – Харків: Константа, 2006. – 272 с.

4. Інноваційний розвиток економіки: модель, система управління, державна політика / За ред. д-ра екон. наук, проф. Л. І. Федулової. – К.: Основи, 2005. – 552 с.

5. Інновації в Україні: Європейський досвід та рекомендації для України. – Том 3. – Інновації в Україні: пропозиції до політичних заходів. Остаточний варіант (проект від 19.10.2011). – К.: Фенікс, 2011. – 76 с. (проект ЄС «Вдосконалення стратегій, політики та регулювання інновацій в Україні»).

УДК 330.46

Оксана Помазун

*к.е.н., доцент кафедри інформаційних систем в економіці,
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,*

oksp.kneu@gmail.com

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ ФІНТЕХ

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ОТРАСЛИ ФИНТЕХ

CURRENT STATE AND TRENDS OF FINTECH DEVELOPMENT

Анотація. Розглянуто сучасний стан галузі фінтех в Україні та світі. Описані основні фактори, які сприяють розвитку цієї галузі. Визначені тенденції розвитку фінтех-галузі.

Аннотация. Рассмотрено современное состояние сферы финтех в Украине и мире. Описаны основные факторы, которые способствуют развитию этой сферы. Перечислены тенденции развития финтех-сферы.

Annotation. The current state of the sphere of fintech in Ukraine and in the world is considered. The main factors that contribute to the development of this sphere are described. The trends of the development of the fintech-sphere are listed.

Тенденції розвитку інформаційних технологій (ІТ) спонукають банківські і фінансові організації до застосування інноваційних підходів в своїй діяльності. До найбільш полярної інновації, що розвивається швидкими темпами, відноситься галузь фінтех (fintech), яка за різними дослідженнями активно зростає з 2014 року в усьому світі, а з 2017 стає популярною і в Україні. За даними сервісу Google Trends можна спостерігати за популярністю пошукового запиту "fintech" за період 2014-2018, який свідчить про постійну популярність щодо цього напрямку бізнесу (рис.1) [1].

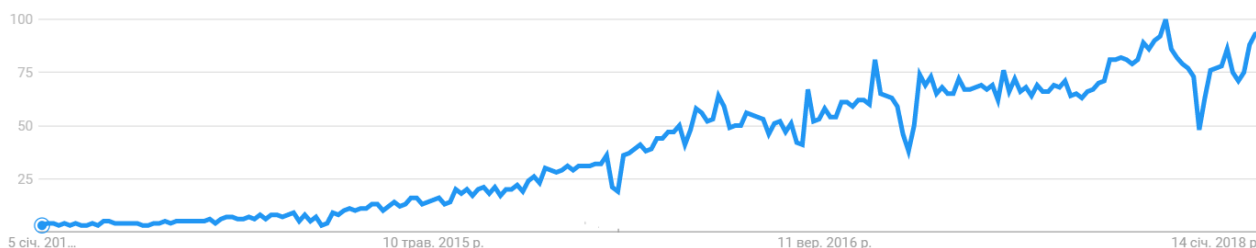


Рис. 1. Тенденції популярності пошукового запиту "fintech" в Google Trends за період 01.01.2014-20.03.2018

Термін "фінтех" є скороченням словосполучення фінансові технології, який означає застосування інноваційних технологій в сфері фінансів та ІТ з метою вдосконалення форм і методів роботи фінансових і банківських організацій. Найчастіше цей термін застосовують, коли мова йде про сервіси, пов'язані з електронним переведенням коштів, організацією мобільних платежів, інвестиційною діяльністю, тощо [2].

Більшість компанії цієї галузі являються стартапами, які створені з метою здійснення технічного прориву в напрямках надання фінансових послуг.

За оцінками експертів, зокрема база даних LTP MEDICI на основі інформації про 7891 компанію сфери фінтех [3], ринок розподілений таким чином: безпека даних – 4,2%, грошові перекази – 2,3%, стартапи допоміжного сервісу (регтех) – 1,9%, управління приватним капіталом – 4,8%, платежі – 19,1%, платформи онлайн-фінансування – 4,2%, необанки – 0,4%, штучний інтелект – 3,1%, B2B-фінтех стартапи – 4,4%, банківські технології – 2,5%, блокчейн – 5%, криптовалюти – 5,7%, технології страхування (іншуртех) – 6,7%, інвестиційні платформи – 11,2 %, кредитування – 10,7%.

В Україні в 2017 році було проведено дослідження 80 фінтех-компаній в рамках проекту USAID «Трансформація фінансового сектору» – чотирирічної програми, що фінансується Агентством США з міжнародного розвитку (USAID) та виконується компанією DAI Global LLC (DAI). На основі дослідження ринок компаній фінтех-послуг розподілився таким чином: грошові перекази та платежі – 31,6%, стартапи допоміжного сервісу (регтех) – 1,75%, управління фінансами – 5,3%, необанки – 5,3%, банківські технології – 19,3%, блокчейн – 3,4%, криптовалюти – 1,75%, технології страхування (іншуртех) – 5,3%, маркетплейси – 7%, кредитування – 14% [4].

Даний розподіл засвідчив, що в Україні більшість послуг пов'язані з грошовими переказами, в той час, як зовсім не представлені послуги в сфері штучного інтелекту, B2B-фінтех стартапів.

Проте, для більшості банків активне зростання ринку фінтех послуг викликав занепокоєння. Зокрема, наприкінці 2016 року відповідно звіту Американського управління з контролю за валютами було оприлюднено заяву, що "фінтех є прямою загрозою банківській системі США" і що "банки не в змозі змагатися з цією галуззю, яка розвивається" [5]. Це пов'язано з наступними факторами, перерахованими нижче.

Зростання лояльності споживачів до фінтех-організацій. На відміну від попередніх років, коли споживачі надавали перевагу традиційним банкам, з 2016 року спостерігається тенденція до зменшення цієї довіри.

Зростання лояльності до цифрових банків. Такі банки активно використовують сучасні інформаційні технології, такі як біометрична аутентифікація клієнтів, застосування цифрових іпотек (DigitalMortgages), електронне кредитування бізнесу.

Зростання платежів за допомогою смартфонів. У користувачів збільшується довіра до електронних способів оплати.

Зростання галузі цифрового страхування (insurtechs). Insurtechs впроваджується в багатьох компаніях світу. Це дає змогу страховим компаніям оптимізувати операції традиційних учасників ринку і залучати нових клієнтів.

Зростання популярності криптовалюти і технології блокчейн підштовхує інвесторів до використання фінансових послуг, отже, зростає популярність фінтех-компаній у цій галузі.

Зростання популярність фінтех-компаній, які спеціалізуються в галузі платіжних систем. В Україні частка операцій, пов'язаних з он-лайн сервісом з використанням смартфонів, в 2016 році зросла на 15-20% в порівнянні з 2015 роком, і цей показник з роками постійно зростає [5].

Впровадження робо-консультантів, які з використанням спеціальних алгоритмів допомагають інвесторам при виборі акцій і керуванні портфелями.

В Україні питанням розвитку фінтех послуг теж починають приділяти увагу. Так, в березні 2018 року в рамках проекту USAID "Трансформація фінансового сектору" разом з Національним банком України (НБУ) та Незалежною асоціацією банків України було оголошено конкурс, метою якого є сприяння обізнаності населення щодо фінтех-послуг та вміння ними користуватись, посилення захисту від шахрайств та зловживань [6].

Вищеперераховані тенденції свідчать про подальше зростання фінтех послуг та необхідність залучення інвестицій в цю галузь. Наприклад, Китай за період липень 2015 року – червень 2016 року вклав в інвестування сфери фінтех 8,8 млрд.доларів, що свідчить про його прагнення займати лідерські позиції на глобальному ринку фінансових послуг.

Зацікавлені в інвестиціях також компанії з Франції, Мексики, Південної Африки і Сінгапуру [5].

Аналіз публікацій свідчить, що в наступні роки буде відбуватись зростання кількості компаній фінтех-послуг. За прогнозами, найбільш поширеними будуть наступні напрямки: біткоїни та криптовалюта, RegTech (регуляторна технологія), інновації в банківській сфері, SupTech (технологія супервайзингу), банкінг та відкритий прикладний програмний інтерфейс (API), мобільні пристрої, голосовий користувацький інтерфейс, розвиток фінтех на ринку B2C [7].

Передбачається, що найбільшою проблемою, з якою зустрінуться фінтех-компанії, будуть кібератаки [7].

Література

1. Google Trends. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://trends.google.com>.
2. Как финтех-отрасль изменит нашу жизнь в 2017 году: мнение Фридриха Поллака. [Електронний ресурс]. – 23.03.2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://ain.ua/2017/03/23/fintex-otrasl-v-2017>.
3. СТАТТЯ: FinTech в Україні: чому потрібно розвивати ринок фінансових технологій? [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://evris.law/uk/statija-fintech-v-ukraini-chomu-potribno-rozvivati-rinok-finansovih-tehnologij/>
4. Некрасов В. День, коли народився український ФінТех: на чому заробляють фінтех компанії [Електронний ресурс] / Всеволод Некрасов // Економічна правда. – 26.02.2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.epravda.com.ua/publications/2018/02/26/634424/>.
5. Тимошенко А. Фінтех-ринок в 2016 році: підсумки і цифри. [Електронний ресурс] / Артем Тимошенко. – 15.01.2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://news.finance.ua/ua/news/-/392674/finteh-rynok-v-2016-mu-pidsumky-i-tsyfry>.
6. НБУ, USAID та НАБУ оголосили виклик фінтех-сектору щодо розробки технічних рішень для українських користувачів фінансових послуг [Електронний ресурс] // Національний банк України. Прес-реліз. – 01.03.2018. – Режим доступу до ресурсу: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=64769092.
7. Десять прогнозів для фінтех-галузі на 2018-й рік. [Електронний ресурс]. – 09.02.2018. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.management.com.ua/tend/tend985.html>

УДК 338.45.01

Олена Проволоцька

*к.е.н., доцент кафедри економіки та підприємництва
Криворізького економічного інституту ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,
pro.2000-v@yandex.ua*

Анастасія Щербаківа

*магістр спец. 051 «Економіка»
Криворізького економічного інституту ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,
scherbakova.nastya1995@yandex.ru*

БРЕНДИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ В ПРОМИСЛОВІЙ СФЕРІ

БРЕНДИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ПРОМЫШЛЕННОЙ СФЕРЕ

BRANDING ACTIVITY IN THE INDUSTRIAL SPHERE

Анотація. Розглянуто підходи до забезпечення брендингу в промисловій сфері. Окреслено необхідність розробки брендингової стратегії з метою успішного завоювання промислового ринку.

Аннотация. Рассмотрены подходы к обеспечению брендинга промышленной сферы. Определена необходимость разработки брендинговой стратегии для успешного завоевания промышленного рынка.

Annotation. Approaches to providing branding in the industrial sphere are considered. The necessity of branding strategy development for the successful conquest of the industrial market is outlined.

В умовах посилення відносин на ринку посилюється конкуренція у сфері господарювання. Саме тому з'являється гостра необхідність пошуку деяких засобів, що сприятимуть завоюванню споживача, який безпосередньо впливає на доречність існування тих чи інших товарів на ринку. Оскільки потреба у підкоренні й утриманні споживача носить постійний характер, то сучасним інноваційним засобом маркетингового менеджменту в процесі забезпечення продуктивної діяльності суб'єктів господарювання постає брендинг.

Розроблено багато праць відомих іноземних та вітчизняних науковців, які присвятили питанню брендингу неабияку увагу, серед яких Д.А. Аакер, Дж. Бойєтт, Е. Йохімштайлер, Дж. Траут, В. Белова, В.А. Білошапки, Н.В. Безрукової, Г.В. Загорій, О. Кендюхова, К. Постернікової, В. Перція, В. Пустотина, В.А. Усенка, О.В. Штовби та ін. Не зважаючи на вагомий кількість публікацій, присвячених вивченню брендингу в загальному розумінні, теоретичного узагальнення та поглибленого аналізу потребують питання становлення та розвитку брендингу в промисловій сфері [4].

Метою дослідження є зазначення та обґрунтування особливостей застосування брендингу як важливого елемента маркетингової діяльності підприємств промислової сфери.

Розміття визначень поняття «брендинг» зводиться до діяльності з розробки, процесу управління та реалізації виготовленої продукції. Найбільш широковідомий підхід до тлумачення поняття «бренд» зазначено на рис. 1. З одного боку, маркетологи під поняттям «бренд» мають на увазі сукупність товарного знаку та репутації товару, або все те, що знають, думають і очікують від товару споживачі. Це той образ, який з'являється в свідомості споживача як реакція на товарний знак, це обіцянка виробника за допомогою товару постійно надавати споживачеві своєрідний набір характеристик.

Можна зробити висновок, що бренд - це комерційне втілення репутації. В міру сумлінного використання, проведення ефективних рекламних кампаній і т. д. вартість зв'язки (товарний знак і репутація) постійно зростає [2].

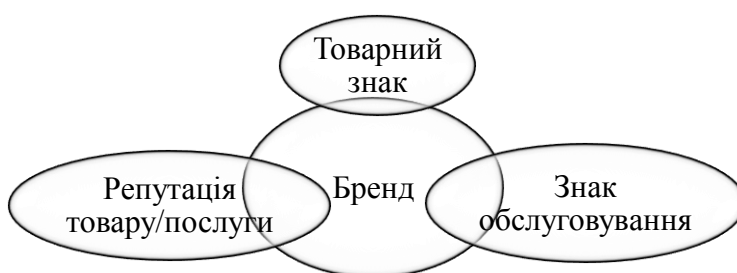


Рис. 1. Підходи науковців до розуміння сутності категорії «бренд»

Джерело: розроблено автором за даними [1]

Якщо детально зупинитися на питанні брендингу саме в промисловій сфері, то, перш за все, необхідно розібрати таке поняття, як «промисловий маркетинг». Взагалі, промисловий маркетинг – це ніщо інше, як сукупність бізнес-процесів, спрямованих на просування товарів саме виробничо-технічного призначення. Властивість промислового маркетингу визначена ринком товарів промислового призначення, кінцевими споживачами яких виступають виробничі підприємства (організації). Іншими словами, такі товари виробляються і просуваються на ринку «B2B»[5].

Абревіатура «B2B» («business to business») в буквальному перекладі означає «бізнес для бізнесу». Це такий сектор ринку, який призначений не для кінцевого споживача, а на інші організації чи фірми, тобто на інший бізнес. В західних країнах під термін «B2B» обґрунтовується як забезпечення певних виробничих фірм супутніми послугами, додатковим обладнанням і т. ін. В загальному розумінні цей сектор ринку спрямовує деяку діяльність на клієнтів, які є юридичними особами, а не фізичними, як на інших ринках [3]. Також слід приділити увагу особливостям збуту продукції на промисловому ринку: тривалий час покупки, нелегкий процес постановки рішення про покупку, технічно складні продукти,

технічна грамотність покупців, більш тісні відносини між покупцем і продавцем, похідний попит і взаємовплив.

Механізм брендингу являє собою унікальну можливість для створення стабільної конкурентної позиції на промисловому ринку. Науковці зі всього світу присвячують значну увагу питанню бренд-менеджменту в сфері промислових товарів. В рамках брендингу на промислових ринках одним з основоположних завдань є визначення різниці між брендами в споживчій і промисловій сферах, що, зокрема і визначає особливості застосування брендингу на промисловому ринку [5]:

- кінцевий покупець є власником чи співробітником організації, який купують товари не для власного користування, а для потреб компанії чи організації;

- промислові ринки є більш складними, процеси здійснення покупок - багатоступінчастими, наявні товари чи послуги зазвичай мають стратегічний характер;

- визначальні розбіжності промислових і споживчих ринків визначаються характером промислових товарів і послуг, різноманітністю попиту на товари і послуги, набагато меншою кількістю покупців, великими обсягами продажів на одного покупця та більш тісними і стосунками між постачальником і покупцем;

- промисловий попит утворений та залежить від попиту на товари народного споживання (зазвичай нееластичний по ціні);

- промислові підприємства чи організації мають меншу кількість покупців, ніж ті ж самі підприємства чи організації, які знаходяться в споживчій сфері економіки;

- особливість промислових ринків полягає в тому, що маркетинг не може розглядатися як фрагментарна діяльність, в якій деяка операція розглядається в повній ізоляції.

Необхідно звернути увагу на те, що для задоволення цілей і завдань бренду з боку продавця і покупця на промисловому ринку (рис. 2) компанії потрібно дотримуватися таких принципів [1]:

1. Утворення місії. Якщо існує така ситуація, що на ринку знаходиться два конкуруючих між собою бренди, то виграє саме той бренд, який матиме кращий і успішніший імідж на ринку для потенційного покупця і тому такий бренд буде мати більший попит і його покупці будуть вважати кращим для себе. Місія бренду в компанії допомагає дати пояснення чому і чим саме деякий промисловий бренд відрізняється від конкурентів.

2. Конкурентні переваги бренду. Механізм бренд-менеджменту має можливість надавати продуктивну можливість надавати стійкі конкурентні переваги промисловим товарам чи послугам на ринку. Бренди при цьому розділяють, зменшують ризики і при цьому наголошують на вигодах, які може запропонувати товар чи послуга. Існує думка, що саме існування брендів стає запорукою існування деяких підприємств чи організацій, а не навпаки.

3. Створення цільових груп. В більшості випадків, промисловий бренд існує в одному або декількох сегментах ринку. При цьому, важливо знати ці сегменти для того, щоб можна було дослідити процес прийняття деяких рішень на підприємствах чи організаціях.

4. Географічні пріоритети бренду. Промисловий бренд може вийти за рамки популярності у власній країні і потрібно бути готовим до того, що він може вийти за межі зазначених географічних рамок і стати популярним в різних країнах світу. Дуже важливо цей етап заздалегідь передбачити і спрогнозувати.

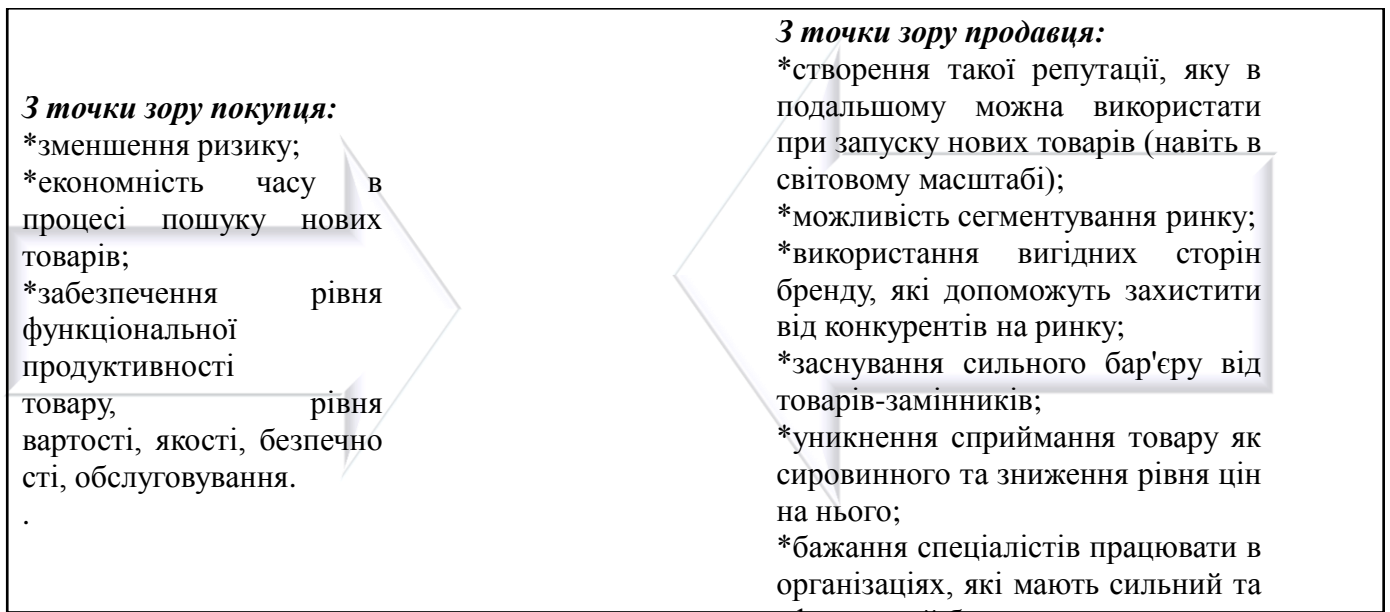


Рис. 2. Цілі і завдання бренду на промисловому ринку з точки зору покупця та продавця

Джерело: розроблено автором за даними [1]

5. Концепція розширення бренду. Розвиток бренду на ринку, вихід на інші ринки.

6. Комунікаційна концепція бренду. На промисловому ринку частіше всього використовується метод особистих продажів. З іншого боку, реклама допомагає досягти кращих результатів за більш короткий проміжок часу (завоювання прихильності споживачів, створення репутації).

Необхідно підкреслити, що для того, щоб активно зарекомендувати промисловий бренд на ринку перш за все потрібно формувати та розвивати корпоративний брендинг на підприємстві чи організації. В загальному розумінні, корпоративний брендинг – це обличчя компанії.

Загалом, корпоративний бренд формується завдяки таким принципам [1]:

– імідж компанії - сукупність асоціацій, що виникають при першій згадці про організацію у споживачів. Компоненти іміджу: корпоративна ідентичність, корпоративна індивідуальність, внутрішній імідж, імідж керівника (власника компанії), імідж контрагентів;

– репутація компанії – оцінка всіх показників роботи компанії, які показують реальні зусилля, які спрямовані за покращення позицій компанії на промисловому ринку. Репутація компанії опирається на якість менеджменту, якість продукції чи послуг, частка інновацій в компанії (наскільки компанія відповідає темпам розвитку на світовому ринку в цілому), частка довгострокових інвестицій (надійність і стабільність компанії), фінансову та економічну спроможність компанії, відповідальність перед навколишнім середовищем, чи розумно компанія використовує наявні активи, ініціативність на світовому ринку.

– корпоративна філософія компанії. Така філософія повинна поєднувати в собі місію та головні принципи і цінності компанії.

В цілому, для того щоб правильно сформувати сильний промисловий бренд на ринку організаціям потрібне чітке розуміння потреб споживачів чи замовників. Без цього принципу формування сильного бренду не відбудеться. Досягти зазначеного результату можливо тільки в тому разі, якщо відбудеться ефективна взаємодія між виробниками і споживачами в процесі довгострокових відносин між собою. Сам процес взаємодії обґрунтовується як сукупність деяких стадій, які безпосередньо пов'язані з процесом пошуку деякого споживача та відкриття його якостей та потенціалу з метою максимального задоволення потреб. Покращення ситуації брендингової діяльності на промислових ринках, формування дієвих брендинг-стратегій на підприємствах чи організаціях повинно стати поштовхом до

підвищення популярності вітчизняної промислової продукції, також виходу підприємств на зарубіжні ринки. Побудова сильних конкурентоспроможних промислових брендів дасть змогу встановити довготривалий стійкий імідж української промислової продукції в світі.

Література

1. Брендинг в галузях і сферах бізнесу [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://stud.com.ua/63311/marketing/brending_galuzyah_sferah_biznesu.
2. Вартість бренду: погляд фінансиста [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://referatbox.net/page,2,280328-Stoimost-brenda-vzglyad-finansista.html>.
3. Концепція B2B [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://ukrbukva.net/55704-Koncepciya-V2V.html>.
4. Перспективні напрями розробки та актуальність брендингу в Україні [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=32713>.
5. Сутність, завдання і особливості розвитку маркетингу промислового підприємства [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://pidruchniki.com/1371042562424/marketing/sutnist_zavdann_ua_osoblivosti_rozvitku_marketingu_promislovogo_pidpriemstva.

УДК 338.2; 339.9

Євгеній Редзюк

*к.е.н., доц., с.н.с. сектору міжнародних фінансових досліджень
ДУ «Інститут економіки та прогнозування» НАН України, м.Київ,
redzyuk@gmail.com*

ФІНАНСУВАННЯ ДОСЛІДЖЕНЬ, РОЗРОБОК ТА ІННОВАЦІЙ: УКРАЇНА І СВІТ

ФИНАНСИРОВАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЙ, РАЗРАБОТОК И ИННОВАЦИЙ: УКРАИНА И МИР

FINANCING OF RESEARCH, DEVELOPMENT AND INNOVATION: UKRAINE AND THE WORLD

Анотація. Автором проведено аналіз особливостей фінансування досліджень, розробок та інновацій в різних країнах світу та в Україні, а також запропоновано низку заходів щодо покращення організації та управління державними органами влади в цій сфері.

Аннотация. Автором проведен анализ особенностей финансирования исследований, разработок и инноваций в различных странах мира и в Украине, а также предложен ряд мер по улучшению организации и управления государственными органами власти в этой сфере.

Annotation. The author analyzed the features of financing research, development and innovation in various countries and in Ukraine, and proposed a number of measures to improve the organization and management of public authorities in this area.

Актуальність. Особливості фінансування досліджень, розробок та інновацій в різних країнах світу обумовлюються внутрішнім устроєм (системою державного управління), ментальністю населення та специфікою функціонування підприємницького сектору. Значні показники економічного розвитку, а також високі параметри соціальних стандартів життя в сучасних умовах пов'язані саме з успішно реалізованою політикою фінансування досліджень, розробок та інновацій, які реалізуються в нові ринкові товари і послуги. Визначення існуючих підходів і тенденцій, як в світі, так і в Україні – є актуальним і необхідним завданням для перебудови системи державного управління, яка надасть можливість сформувати ефективну систему залучення фінансування і стимулювання ефективних підходів щодо фінансування досліджень, розробок та інновацій в Україні.

Постановка завдання. Відновлення економіки та інфраструктури, знаходження нових можливостей для зростання та системне підвищення конкурентоспроможності економіки в сучасних умовах передбачає перш за все фінансування виробництва та інноваційних послуг, а також фокусує на знаходженні чітких шляхів до прибуткових інновацій. Україна за всіма міжнародними соціально-економічними та інноваційними рейтингами є на середніх позиціях (індекс інноваційності України серед країн світу в 2017 р. склав 50 місце), або аутсайдером (за індексом конкурентоспроможності Україна станом на 2017-2018 рр. серед країн світу посіла 81 місце). Тому з'ясування процесів і підходів щодо фінансування досліджень, розробок та інновацій в різних країнах світу є провідним завданням для формування ефективного державного управління у цій сфері та використання зазначених знань приватним сектором економіки [4;5].

Виклад результатів дослідження. Останні 30-40 років у глобалізованому світі фінансові інвестиції поступово витісняли інвестиції в реальний сектор економіки, які потенційно забезпечують збільшення доданої вартості. Але такий підхід тільки поширив у світі розповсюдження фінансово-інвестиційних та економічних криз, призвів до асиметричного розвитку різних регіонів і країн світу, суттєво «відірвав» та віртуалізував капітал від проблем збалансованого соціально-економічного розвитку в світі. В цьому контексті є потреба у перегляді ролі держави у процесах фінансування або співфінансуванні досліджень, розробок та інновацій.

В контексті більш збалансованого соціально-економічного розвитку виділяються країни ЄС, що формують передову політику ефективності державно-партнерських відносин у фінансуванні досліджень, розробок та інновацій. Так, Програмою Європейської комісії передбачено застосування взаємопов'язаних заходів для концентрації капіталу різних інституційних секторах, що спрямовані на розвиток досліджень, розробок та інновацій. Провідними механізмами для цього мають бути – більш активне державне фінансування або співфінансування інвестицій у сферах, де бізнес-структури не інвестують або не можуть інвестувати на до конкурентних етапах розвитку технологій; запровадження нових фінансових технологій розподілу ризиків та прибутку від досліджень, розробок та інновацій між державою та приватними інвесторами; обмеження практики спекулятивних викупів акцій на фондових біржах для отримання короткострокових вигод та націленість на довгострокове збільшення вартості компаній; обмеження підтримки малого і середнього бізнесу, діяльність якого не пов'язана з дослідженнями, розробками та інноваціями; а також націленість на отримання суспільної вигоди від вкладення державних (бюджетних) коштів у наукові заклади, наукові дослідження та розробки, інновації [1].

Лідером у світі з фінансування досліджень, розробок та інновацій є також США. По абсолютним показникам фінансування США більше фінансує ніж будь-яка країна світу (за приблизними оцінками досягає 200-250 млрд. дол. США на рік). Від інших економічно розвинених країн світу цей розрив складає мінімум в 2,5-6 разів (Японія, ФРН, Франція, Великобританія, Нідерланди). США належать потужні традиції ліберального капіталізму, приватності капіталовкладень, вільної конкуренції, але при цьому при підтримці центрів інновацій, уряд США відіграє провідну роль, яку відіграв зокрема з появою Силіконової долини, або з тим, що кожний четвертий чиновник у США займається і націлений на підвищення ролі інтелектуалізації соціально-економічних відносин, на розвиток інновацій, інноваційно орієнтованого бізнесу.

Уряд США підтримує більшу частину національних фундаментальних досліджень, в основі яких лежать інформаційні технології, нано- та біотехнології, які здатні в майбутньому просунути суспільство в рішенні його проблем. Федеральне фінансування досліджень, розробок та інновацій, які живлять інновації, має міцні корені. Національний науковий фонд (NSF) відіграє центральну роль в підвищенні конкурентоспроможності США через дослідження і розробки. Інноваційна діяльність американських університетів щедро фінансується, для цього є законодавча база, в т.ч. поправка Бая-Доуля від 1980 року[2].

В Україні, на жаль, динаміка фінансування досліджень, розробок та інновацій є негативною, як з державного бюджету, так і з приватних фондів підприємств. Загальне фінансування інновацій в Україні складає на рівні 0,5-1% за останні 7 років: 2010 р. – 0,74%, 2011 р. – 1,1%, 2012 р. – 0,81%, 2013 р. – 0,66%, 2014 р. – 0,49%, 2015 р. – 0,70%, 2016 р. – 0,97%, 2017 р. – 0,81%. В той же час в інших розвинених країнах світу та країнах, що розвиваються цей показник складає на рівні 2,5-3,4%.

Фінансове забезпечення інноваційної діяльності країн ЄС (2013-2016 рр.) дозволяє визначити приблизні пропорції джерел її фінансування: 1) ресурси підприємств реального сектору економіки – 55%; 2) бюджетні кошти – 32%; 3) кошти іноземних інвесторів та інші ресурси – 13%. В Україні, станом на 2014-2017 рр. фінансування інноваційної діяльності здійснюється в таких пропорціях: 1) ресурси підприємств реального сектору економіки – 73-97%; 2) бюджетні кошти – 0,3-0,4%; 3) кошти іноземних інвесторів та інші ресурси – 26,8-2,4% [1;3].

Відзначимо, що існуючі розбіжності у фінансуванні з провідними країнами світу обумовлені складною геополітичною ситуацією навколо України (анексія Криму та військовий конфлікт на Донбасі, деструктивна економічна і дипломатична політика РФ щодо України, Врехіті пов'язана з цим криза євроінтеграції і євроінтеграційних цінностей, особливо в країнах Східної Європи). Тому кошти іноземних інвесторів не є провідним джерелом фінансування інновацій в Україні й, на погляд автора, у середньостроковому періоді не будуть відігравати провідну роль. Економічні втрати від конфлікту на сході України оцінюються в 15-25% від ВВП і також суттєво вплинули на перерозподіл бюджетного фінансування (суттєво збільшились витрати на військові потреби і потреби безпеки), що в тому числі вплинуло і на фінансування розробок, досліджень та інновацій. Але головне, на думку автора, відсутність цілісного бачення соціально-економічного розвитку держави не дає можливості реалізувати системну і продуктивну політику фінансування розробок, досліджень та інновацій. Не виділено ключових пріоритетів, конкурентних переваг де потрібні фінансові ресурси для глобального домінування певних українських товарів і послуг на різних ринках світу. Міністерство промислової політики України було скорочено, а Міністерство освіти і науки України і Міністерство економічного розвитку і торгівлі України не запропонували стратегічного плану розвитку для промисловості на новій інноваційній базі, не вказали пріоритети держави і бізнесу, не вибудовано також чітко визначених партнерсько-розвиваючих відносин в цій сфері. Тобто бізнес-структури в Україні розвиваються окремо, а точніше намагаються вижити в складних умовах, а державні органи влади при цьому не сприяють достатньо збалансовано-прогресуючому партнерству, тому що не діє довгострокова покрокова програма розвитку на 10-15 років з чіткими пріоритетами, проміжними точками результативності і кінцевими показниками.

Крім того, корупція й свавілля в судах і правоохоронній системі, монополізм в багатьох секторах економіки і неефективність державних підприємств, найбільша в Європі енергоємність економіки і житлово-комунального сектору, обмеженість і нерозвиненість фінансового ринку України, а також податкова політика, що не націлена на розвиток науки, розробок, інновацій і технологій – консервує існуючі проблеми і не дає розвиватись приватному, державному та партнерському фінансуванні інновацій у вітчизняній економіці. Тільки комплексно вирішуючи ці проблеми в поєднанні з чіткою реалізацією стратегії соціально-економічного розвитку України на 10-15 років, вітчизняній економіці можна буде оздоровитись за рахунок фінансування досліджень, розробок та інновацій, які будуть націлені на пріоритетні галузі і нададуть швидкі темпи розвитку вітчизняній економіці.

Висновки. Аналіз фінансування досліджень, розробок та інновацій в розвинених країнах світу дає підстави прийти до висновків, що для більш гармонійного і більш стабільного соціально-економічного розвитку має бути впроваджена конвергентність у фінансуванні між державним фінансуванням та приватним фінансуванням інновацій, досліджень і розробок. Крім того, суттєве значення відіграє мета фінансування, її націленість на суспільно значимі досягнення та конкурентні переваги на глобалізованих ринках. Тому

провідну роль в фінансуванні і підтримці інноваційного сектору і науки в країні відіграють державні органи влади, які особливо на початкових етапах досліджень домінують у фінансуванні і просуванні інновацій. В цьому контексті, Україні потрібно вирішуючи складні проблеми інституційного та інфраструктурного становлення, долучатись до розвинених країн світу і формувати, а з часом поступово збільшувати фінансування досліджень, розробок та інновацій, які на даному етапі розвитку не відповідають світовим тенденціям. Також потрібно сконцентруватись і стабільно фінансувати пріоритетні напрямки, що надади б можливість українським високорентабельним товарам і послугам посісти провідні позиції на глобалізованих ринках.

Література

1. Білоусова О.С. Фінансові інструменти забезпечення розвитку національної економіки // Економіка і прогнозування. - Випуск № 1, 2017. – с.31-39
2. Финансирование инновационной деятельности в ЕС, США и Японии: сравнение // Тезисы доклада / Центр исследования Японии и Восточной Азии, Великобритания [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.belisa.org.by/pdf/2012/Ruth_Taplin_rus.pdf
3. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступа: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
4. Global Innovation Index / 2010-2017 Reports [Електронний ресурс] – Режим доступа: <https://www.globalinnovationindex.org/gii-2017-report#>
5. WORLD ECONOMIC FORUM / The Global Competitiveness Report 2017–2018 [Електронний ресурс] / Режим доступа: <https://www.weforum.org/reports/the-global-competitiveness-report-2017-2018-1>

УДК 330.341

Інна Рєпіна
*доктор економічних наук, професор кафедри економіки підприємств,
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»*
rephousenew@gmail.com

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ НАЦІОНАЛЬНИХ ІННОВАЦІЙНИХ СИСТЕМ КРАЇН ІННОВАЦІЙНОГО АНКЛАВУ

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ НАЦИОНАЛЬНЫХ ИННОВАЦИОННЫХ СИСТЕМ СТРАН ИННОВАЦИОННОГО АНКЛАВА

COMPARATIVE ANALYSIS OF NATIONAL INNOVATIVE SYSTEMS OF INNOVATIVE ENCLAVE COUNTRIES

Анотація Досліджено стан розвитку національних інноваційних систем країн інноваційного анклаву. Автором здійснено стратифікований відбір респондентів дослідження з огляду на глобальний інноваційний індекс (ГІІ) країни. Індикаторами порівняння національних інноваційних систем слугували: інноваційна активність країни, дієвість інституційних органів у сфері інноваційної діяльності та наявність національних програм розвитку інновацій.

Аннотация. Исследовано состояние развития национальных инновационных систем стран инновационного анклава. Автором осуществлено стратифицированный отбор респондентов исследования учитывая глобальный инновационный индекс (ГИИ) страны. Индикаторами сравнения национальных инновационных систем послужили инновационная активность страны, действенность институциональных органов в сфере инновационной деятельности и наличие национальных программ развития инноваций.

Abstract. The state of development of national innovation systems of the countries of innovation enclaves is investigated. The author carried out a stratified selection of survey respondents based on the country's Global Indicator of Innovation (GII). Indicators of comparison of national innovation systems served: innovation activity of the country, the effectiveness of institutional bodies in the field of innovation activity and the availability of national innovation development programs.

Як зазначають науковці, інноваційна система формується та розвивається під впливом великої різноманітності об'єктивних для країни чинників, зокрема територіальних, природних і трудових, особливостей історичного розвитку інститутів держави, форм власності та підприємницької діяльності. Ці чинники характеризують напрям і швидкість еволюції інноваційної активності. Окрім того, національна інноваційна система має певну структуру й організацію, що припускають достатню стабільність інституційної взаємодії при певній конфігурації інституційних елементів [1].

Бажання активізувати інноваційну діяльність в Україні, примушує вчених і спеціалістів в цьому напрямку розвитку економіки шукати дієві стимули і шляхи реалізації інноваційних процесів з урахуванням адекватної інноваційної політики. В розрізі даного завдання, на наш погляд, вважається корисним дослідження особливостей формування національних інноваційних систем країн інноваційного анклаву за глобальним інноваційним індексом (GII). Глобальний інноваційний індекс відображає розвиток інноваційного потенціалу країн світу, тому він може виступати індикатором дієвості національних інноваційних систем [2].

За останні п'ять років (з 2013-2017 рр.) безперечним лідером за даними GII є Швейцарія. Вона впевнено посідає перше місце завдяки важливій розробці у галузі фізики – адронному колайдеру, який є найбільшим у світі прискорювачом елементарних частинок. Національну інноваційну систему Швейцарії характеризує взаємозв'язок найвищого рівня довіри між урядом, приватним сектором та університетами, що відіграє першорядну роль у сфері інновацій. В країні діють Комісія по технологіям та інноваціям, інноваційні лабораторії, програми підтримки Start-up.

Друге місце у рейтингу GII посідає Швеція. Головними факторами успіху інноваційного розвитку Швеції слугують різноманітні фінансові вливання в розвиток науки. У Швеції створено систему організацій, головною метою яких є розвиток бізнесу: Агенція розвитку інноваційних систем (Swedish Agency for Innovation Systems), Інноваційний Міст (The Innovation Bridge); Бізнес-Партнерство (ALMI Business Partner); Промисловий Фонд (the Industrial Fund); Агентство з інвестицій у Швецію (the Invest in Sweden Agency, ISA). Також діє Програма підтримки Start-up «Атестація на ринку».

Стрімку динаміку зміни позиції у рейтингу GII за останній рік показали Нідерланди. Якщо у 2016 році країна посідала 9 сходинку, то у 2017 році зайняла 3 місце. Серед особливостей національної інноваційної системи Нідерландів слід виділити такі:

- провідне місце у розвитку інноваційних процесів займає регіональний рівень;
- систематична участь у міжнародних програмах з інноваційного співробітництва, під егідою міністерств й профільних відомств;
- залучення малого й середнього бізнесу до участі в міжнародних інноваційних проектах.

Також в країні діє програма “Шлях до інновацій: боротьба з Лісабонськими амбіціями”

Четверте місце у рейтингу GII належить США, технологічний сектор яких справляє істотний вплив на світову економіку. У США розвинена інноваційна інфраструктура, що сприяє прискоренню інноваційних процесів та комерціалізації інновацій. Створено інституції: Національний науковий фонд; Американську наукову раду; Центр виробничої технології Міністерства торгівлі; науково-дослідні консорціуми; кооперативні дослідницькі центри, які підпорядковані Національному науковому фонду. В країні діють програми: "Передові технології", "Реінвестування технологій", "Партнерство в освоєнні прогресивних методів обробки", "Партнерство у створенні нового покоління автомобілів", а також програми Адміністрації Малого Бізнесу (SBA).

П'яте місце у рейтингу GII посідає Великобританія. Це перша по-справжньому індустріальна країна, та й багато класичних інновацій пішли звідси, наприклад, телевізор, електродвигун і багато інші. Але і зараз темпи розвитку Великобританія знаходяться на найвищому рівні, до яких багатьом далеко. В країні функціонують консорціуми зі складу промислових компаній, навчальних закладів, наукових установ для проведення спільних

наукових досліджень. Трансфер технологій забезпечують технологічні брокери (Британська технологічна група" (BTG)). Діє національна Програма інвестицій у науку й інноваційні технології.

В 2017 році 6 - 10 позиції у рейтингу ГІ займають відповідно Данія, Сінгапур, Фінляндія, Німеччина, Ірландія. Національні інноваційні системи даних країн характеризуються розвинутою мережею інституцій з підтримки розвитку інновацій та трансферу технологій. Діють програми підтримки інноваційного підприємництва, субсидіарні програми на розвиток інноваційної діяльності. Зокрема в національній інноваційній системі Ірландії відпрацьований інститут податкової підтримки високотехнологічних підприємств і галузей.

Провівши порівняльний аналіз національних інноваційних систем країн інноваційного анклаву, можна зробити висновок, що саме активна державна підтримка інноваційної діяльності у цих країнах, орієнтація їх національних інституцій на науково-інноваційний розвиток, потужна державна фінансова підтримка інноваційних процесів, субсидіарні програми, стимулювання інновацій шляхом встановлення пільгового оподаткування та кредитування, розвиток інноваційної інфраструктури, запровадження національних програм з підтримки Start-up, створення сприятливого інвестиційно-інноваційного клімату виводять їх на лідерські позиції у сфері інновацій.

В Україні нинішня організаційно-функціональна система інноваційного підприємництва є недосконалою, складною, заплутаною, непрозорою і за всіма ознаками знаходиться на стадії формування [3]. Подолання негараздів і вихід на інноваційний шлях потребуватиме відповідної політики та стратегії державної підтримки експорту в середовищі малого та середнього бізнесу. Для цього мають бути задіяні як основні державні інституції типу Міністерства промисловості і торгівлі Чехії, чи Міністерства промисловості і енергетики Німеччини, галузеві міністерства та відомства, фінансові установи, банківські та страхові компанії і безліч громадських організацій[4], які будуть зайняті і зниженням інституційних бар'єрів, і просуванням компаній на нові ринки, і їх підтримкою на цих ринках.

Література

1. National Innovation Systems. A Comparative Analysis / Ed. R. R. Nelson. — New York: Oxford University Press, 1993. — 560 p
2. The Global Innovation Index, 2013–2017 // <https://www.globalinnovationindex.org/>
3. Управління ефективністю функціонування і розвитку підприємств : монографія / [Г.О.Швиданенко, І.М.Репіна, В.П.Кукоба та ін.]. — К.: КНЕУ, 2016. — 397 с.
4. Федірко О. А. Основні тенденції глобалізації інноваційної сфери; Національні інноваційні системи країн високого конкурентного статусу; Інноваційна конкурентоспроможність країн в умовах техноглобалізму // Управління міжнародною конкурентоспроможністю в умовах глобалізації економічного розвитку. Монографія. — К.: КНЕУ, 2006. — С. 633—651, 678—714.

УДК 338.246.2

Наталія Рудик

*к.е.н., доцент кафедри фінансів,
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,*

Nataly_Rudyk@ukr.net

**ЕКОЛОГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ЗАПОРУКА УСПІХУ ІННОВАЦІЙНОГО
ПІДПРИЄМСТВА**

**ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ КАК ЗАЛОГ УСПЕХА ИННОВАЦИОННОГО
ПРЕДПРИЯТИЯ**

ECOLOGICAL MANAGEMENT AS A GUARANTEE OF THE SUCCESS OF AN INNOVATIVE ENTERPRISE

Анотація. Досліджене питання необхідності екологічного менеджменту інноваційним підприємством. Проаналізовані ключові проблеми об'єкту екологічного менеджменту. Запропоновані ключові складові практики реалізації екологічного менеджменту на інноваційному підприємстві.

Аннотация. Исследован вопрос необходимости экологического менеджмента инновационным предприятиям. Проанализированы ключевые проблемы объекта экологического менеджмента. Предложенные ключевые составляющие практики реализации экологического менеджмента на инновационном предприятии.

Annotation. The issue of the need for ecological management for innovative enterprises is researched. The key issues of the object of ecological management are analyzed. The key components of the implementing of ecological management in the innovation enterprise are recommended.

Сьогодні світова спільнота об'єднується з метою досягнення єдиних цілей сталого розвитку [2]. Всеохопленість дає суттєві переваги у вирішенні проблем глобального значення. Успішною перспективою у швидкому вирішенні глобальних екологічних проблем може стати інтенсифікована за допомогою інновацій діяльність, зокрема виробництво з використанням нових, дружніх до навколишнього середовища засобів виробництва та результатів виробничого процесу. Науковими здобутками в сфері екологічного менеджменту та відповідальності є роботи Теста Ф., Гусмеротті Н.Г. [3], Армаса-Круса Ю., Джил-Сото Е. [1] та інших.

Ставлення до навколишнього середовища та використання природних ресурсів за своєю суттю відображає готовність та рівень слідування інноваційним підприємством цілям суспільного значення та екологічної відповідальності. Ключові складові практики реалізації успіху інноваційного підприємства, що проявляються у елементарному слідуванні наступним настановам, представлені в таблиці 1.

Таблиця 1

СКЛАДОВІ ПРАКТИКИ РЕАЛІЗАЦІЇ ЕКОЛОГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ІННОВАЦІЙНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

<p>Відповідність природоохоронній політиці</p> <p>Інноваційне підприємство має всіма можливими способами сприяти запровадженню інноваційних підходів до виробництва, здійснювати безперервну роботу в області підвищення ефективності використання енергії і контролю впливу на навколишнє середовище.</p> <p>Одночасно з цим, приділяти пильну увагу вимогам щодо безпечності та якості продукції власного виробництва. Така увага підтверджується, зокрема, координацією діяльності кожного співробітника щодо дотримання таких правил:</p> <ul style="list-style-type: none">• прагнути раціонально використовувати енергетичні ресурси і уникати зайвих витрат, виробивши звичку виконувати прості щоденні дії, а саме: вимикати світло і електричне обладнання після закінчення роботи, перевіряти, чи закриті водопровідні крани, роздруковувати документи тільки тоді, коли це дійсно необхідно;• правильно сортувати відходи, полегшуючи їх утилізацію і переробку.
<p>Оптимальність стратегій та інструментів згідно до екологічно сприятливих цілей</p> <p>Стратегії, яким слідують інноваційні підприємства, повинні реалізовуватися шляхом інвестицій і дій, що відповідають принципам екологічно стійкого розвитку. Зокрема, здійснювати дії і проекти, спрямовані на підвищення енергетичної ефективності виробничих процесів; застосовувати стратегії збереження енергії, включаючи використання поновлюваних джерел; вкладати певні кошти у виробництво власної електроенергії, одержуваної з відновлюваних джерел; дотримуватися принципу екологічної безпеки; знижувати кількість шкідливих викидів; реалізовувати програми з охорони водних ресурсів, скорочувати відходи будь-якого типу, шляхом їх зниження і утилізації. В рамках програми децентралізації, інноваційні підприємства зацікавлені впроваджувати системи управління з охорони навколишнього середовища, сертифіковані за міжнародним стандартом якості ISO 14001 [5] з метою постійного вдосконалення діяльності з охорони довкілля; визначати ключові показники і забезпечувати постійний самомоніторинг і самоконтроль впливу на навколишнє середовище; організувати діяльність щодо підвищення знань співробітників про всі ініціативи, що вживаються компанією з метою підвищення їх компетенцій і професіоналізму в питаннях охорони навколишнього середовища.</p> <p>Інноваційне підприємство має сприяти розвитку ініціатив, здійснюваних в співробітництві з місцевою громадою з метою досягнення більшої синергії в енергетичному і природоохоронному секторах, а також встановлення позитивних відносин з місцевими організаціями; оптимізації процесів ланцюжка поставок шляхом мінімізації відстаней і використання транспортних засобів,</p>

що надають найменше вплив на навколишнє середовище; участі в дослідженнях і технологічних інноваційних проектах спільно з університетами, дослідницькими інститутами і приватними компаніями з метою розробки експериментальних систем в пошуках найбільш перспективних технологічних рішень.

Інноваційні підприємства, задіяні в сфері матеріального виробництва та в частині виробничого процесу нових продуктів, мають сприяти використанню найбільш безпечних для навколишнього середовища пакувальних матеріалів. Зокрема, підтримувати розробку екологічно безпечного складу упаковки, враховуючи повний життєвий цикл пакувального матеріалу (від початку до кінця циклу, тобто утилізації та / або повторного застосування, і / або регенерації енергії), а також вплив, яке упаковка може надавати на саму продукцію, забезпечуючи при цьому максимальне збереження продукції і скорочення харчових відходів.

Важливо, щоб інноваційні підприємства зменшували вплив пакувального матеріалу на навколишнє середовище вже на стадії його розробки. Дотримуючись та грядуючи сам процес впливу на такі основні параметри: усунення (зменшення кількості елементів упаковки); скорочення (зниження норм витрат, за рахунок зменшення розміру упаковки, оптимізації її дизайну); переробку (придатність до переробки, враховуючи технічні можливості та дотримуючись норм якості, які дозволяють використовувати матеріали вторинної переробки); відновлення (використання матеріалів, отриманих з відновлюваної сировини). Необхідною складовою залишається контроль результатів імплементації екологічної політики на всіх етап виробничого процесу - від виробництва і закупівлі сировини до виготовлення, упаковки, продажу та споживання. В свою чергу якість виконання зазначеного залежить від рівня ідейності співробітника, його максимальної участі та зацікавленості у досягненні найкращого результату.

Екологічна спрямованість у відносинах з контрагентами

Відомий фундатор сучасного менеджменту П.Ф. Друкер зазначає, що менеджмент є впершу чергу соціальним, і лише потім економічним та бізнес-інститутом. Так, в якості основних завдань підприємництва науковець зосереджує увагу на отриманні прибутку, задоволеності працівників та проявом соціальної відповідальності [4]. Тому для інноваційних підприємств цілком доцільним буде розширювати власну екологічно-відповідальну зорієнтованість на контрагентів.

Одними із ключових аспектів позитивного впливу може стати використання екологічної логістики, проведення аналізу життєвого циклу продукції на предмет його екологічності незалежно від власної участі на тому чи іншому етапі, сприяння найбільш дієвим заходам актуалізації інформації щодо залучення та ініціативності контрагентів в сфері екоспрямованості.

Джерело: розроблено автором на основі проведеного дослідження.

Ставлення до навколишнього середовища та використання природних ресурсів суттєво впливає на імідж як країни так і суб'єкта господарювання, зокрема інноваційного підприємства. Тож, очевидним є необхідність закріплення позитивної асоціації з інновацією. Тобто закріплення іміджу дружнього до соціуму та навколишнього середовища інноваційного підприємства, що керується постулатами екологічного менеджменту. Саме таке сприйняття інноваційного суб'єкта господарювання стане для нього запорукою успіху.

Література

1. Armas-Cruz Y., Gil-Soto E., Oreja-Rodríguez J. R. Environmental management in SMEs: organizational and sectoral determinants in the context of an Outermost European Region / Y. Armas-Cruz, E. Gil-Soto, J. R. Oreja-Rodríguez // Journal of Business Economics and Management. – 2017. - [Electronic resource]. - Acceptable access: <http://dx.doi.org/10.3846/16111699.2017.1373375>
2. National baseline report 2017 “Sustainable Development Goals: Ukraine” / The Ministry of Economic Development and Trade of Ukraine. - [Electronic resource]. - Acceptable access: <http://www.un.org.ua/ua/tsili-rozvytku-tysiacholittia/tsili-staloho-rozvytku>
3. Testa Fr., Gusmerottia N.G. Factors Affecting Environmental Management by Small and Micro Firms: The Importance of Entrepreneurs' Attitudes and Environmental Investment / Fr. Testa, N.G. Gusmerottia // Corporate Social Responsibility and Environmental Management. – 2015. - [Electronic resource]. - Acceptable access: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/csr.1382/abstract>
4. Друкер П.Ф. Эпоха разрыва: ориентиры для нашего меняющегося общества / П. Ф. Друкер// — М.: «Вильямс», 2007. — С. 336.
5. Сертифікація ISO 14001 - Сертифікат екологічного менеджменту. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.bureauveritas.com.ua/d2ee0255-78fa-4148-a747-d63f9319b085/ISO+14001_2015-ok.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=d2ee0255-78fa-4148-a747-d63f9319b085

Михайло Сагайдак
доктор економічних наук, доцент, професор кафедри економіки підприємств,
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,
sahaidak@kneu.edu.ua
Тамара Зимовець
студентка магістерської програми «Бізнес-економіка»,
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,
tamarazimovets@gmail.com

МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ БІЗНЕС-МОДЕЛІ ІННОВАЦІЙНОЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ СТРУКТУРИ

МЕХАНИЗМ ФОРМИРОВАНИЯ ЭФФЕКТИВНОЙ БИЗНЕС-МОДЕЛИ ИННОВАЦИОННОЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ СТРУКТУРЫ

MECHANISM FORMING EFFECTIVE BUSINESS MODEL INNOVATIVE ENTERPRISE STRUCTURE

Анотація. Представлена авторська позиція щодо розробки концептуальних положень формування бізнес-моделі, як методу виявлення і задоволення вимог споживачів за рахунок впровадження на ринок нових конкурентоздатних товарів і послуг, і як ключової складової процесу розвитку інноваційної підприємницької структури.

Анотация. Представлена авторская позиция по разработке концептуальных положений формирования бизнес-модели, как метода выявления и удовлетворения требований потребителей за счет внедрения на рынок новых конкурентоспособных товаров и услуг, и как ключевой составляющей процесса развития инновационной предпринимательской структуры.

Abstract. The author's position on the development of conceptual provisions for the formation of a business model as a method of identifying and satisfying consumer demands through the introduction of new competitive products and services on the market and as a key component of the process of developing an innovative business structure is presented.

В сучасній літературі зустрічаються різні визначення поняття «бізнес-модель», проте єдиного і узгодженого підходу досі не існує. В переважній більшості науковці, під цим поняттям розуміють процес створення цінності для споживачів. За такого підходу основний акцент уваги зосереджується на результатах діяльності підприємства, а бізнес-модель визначається як логічний опис того, яким чином підприємство створює, пропонує клієнтам і набуває вартість у різних її формах – економічній, соціальній та ін. [1, с. 282]. Згідно іншого поширеного підходу, бізнес-модель – це певний спосіб створення підприємством цінності для клієнтів з метою одержання від цього прибутку [2, с. 216]. Також деякі науковці пов'язують бізнес-модель з розглядом діяльності підприємства з точки зору бізнес-процесів і технологій та визначають її як погляд на підприємство, сконцентрований на найзначущих для бізнесу параметрах [3, с.215], або структуру бізнес-процесів і зв'язків між ними, які використовуються для планування, контролю і корекції діяльності підприємства [4, с. 415]. Розглядаючи бізнес-модель підприємства як ключову складову процесу його розвитку, ми поділяємо думку проф. Верби В.А., відносно визначення бізнес-моделі, як опису логіки бізнесу підприємства з визначенням її базових елементів у певному співвідношенні. Таке бачення дозволяє бізнес-модель представити як систему зв'язків об'єкта із зовнішнім середовищем, що надає можливість відобразити його найсуттєвіші характеристики: цінність, що створюється для клієнтів, механізм її формування та поставки, принципи використання ресурсів, компетенцій та можливостей з метою створення стійкої конкурентної переваги і отримання прибутку [5, с. 3].

За останні десятиліття у світовій економіці значно зросла роль інноваційної діяльності бізнес-структур, що насамперед пов'язано з виникненням якісно нових потреб споживачів. Сучасні споживачі стають більш вимогливими до якості послуг і процесу обслуговування,

вони бажають бути залученими у процес створення споживчої цінності, рішення про купівлю товару чи послуги здебільшого приймають виважено, на основі зібраної та проаналізованої інформації, вони володіють сучасними технічними засобами та мобільними пристроями для отримання і передачі інформації тощо. При цьому, сучасні споживачі можуть по різному сприймати інновації, з цією метою інноваційним підприємницьким структурам доцільно формувати культуру споживання та здійснювати сегментування цільового ринку. Виходячи із зазначеного вище, ми пропонуємо під бізнес-моделлю інноваційної підприємницької структури розуміти метод виявлення і задоволення вимог споживачів за рахунок впровадження на ринок нових конкурентоздатних товарів і послуг, що є реалізацією об'єкта права інтелектуальної власності. При формуванні даної бізнес-моделі є важливим залучення персоналу, як носія інтелектуального капіталу, що допомагає створювати нові ефективні бізнес-ідеї. Велику роль також відіграє збір та аналіз даних про поведінку споживачів.

Узагальнюючи існуючі наукові положення пропонуємо авторське бачення відносно розробки концептуальних положень формування бізнес-моделі інноваційної підприємницької структури (рис. 1).



Рис. 1. Концептуальні основи формування бізнес-моделі інноваційної підприємницької структури (авторська розробка)

В умовах швидких змін і високого рівня конкуренції, перед кожним підприємством постає складне завдання формування ефективної моделі бізнесу. Для створення нової бізнес-моделі ми пропонуємо дотримуватись декількох кроків, наведених на рис. 2.

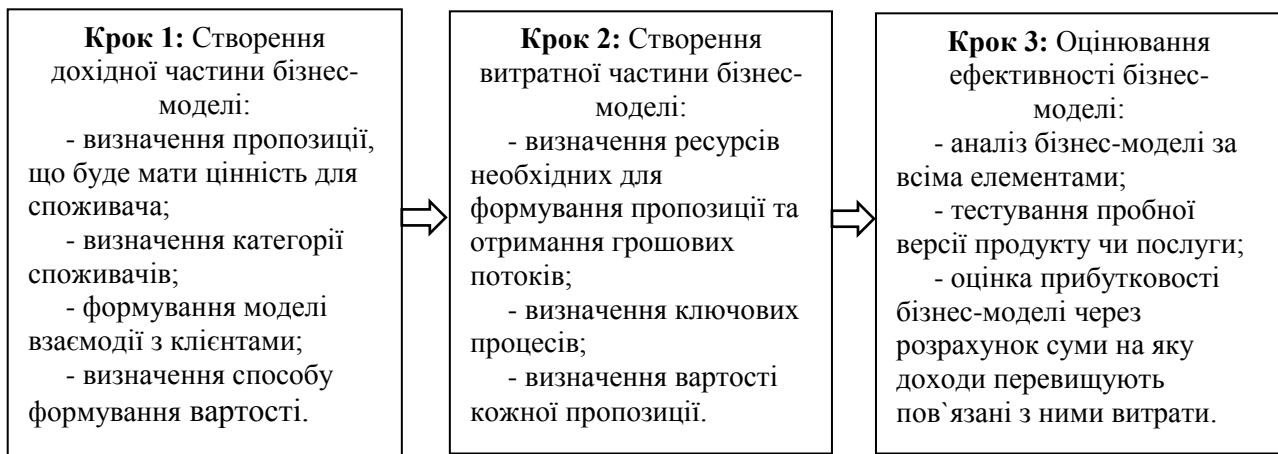


Рис. 2. Механізм формування бізнес-моделі інноваційної підприємницької структури
(авторська розробка)

Отже, для забезпечення ефективності бізнес-моделі інноваційної підприємницької структури слід виділити такі підходи:

- створення нових товарів, розширення існуючих продуктових ліній, удосконалення та модифікація існуючих товарів, що дає змогу підприємству вийти на нові сегменти ринку, максимально задовольнити потреби споживачів, витіснити товари конкурентів;
- впровадження нового або заміна існуючого обладнання на виробництві, що дає змогу розширення асортименту, підвищення якості продукції, підвищення продуктивності праці;
- впровадження нових програмних продуктів на підприємстві, що дає змогу налагодити бізнес-процеси, управляти інформацією про клієнтів, аналізувати і контролювати продажі, вести аналітику, здійснювати планування тощо;
- постійне навчання та підвищення кваліфікації персоналу, проведення тренінгів і семінарів з питань стратегічного управління, як для вищого керівництва, так і лінійних менеджерів, мотивації працівників усіх ланок підприємства, заходів по стимулюванню збуту, усунення комунікаційних бар'єрів в середині підприємства.

Література

1. Osterwalder A. Business Model Generation / A. Osterwalder, P. Yves. – Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc, 2010. – 282 p.
2. Zott C. Business Model Design: An Activity System Perspective / C. Zott, R. Amit // Long Range Planning. – 2010. – №43(2/3). – P. 216-226.
3. Eisenmann T.R. Internet Business Models / T.R. Eisenmann. – New York: Irwin / Mc Graw-Hill, 2002. – 215 p.
4. Afuah A. Business Models: A Strategic Management Approach / A. Afuah.– New York: McGraw-Hill, 2004.– 415 p.
5. Верба В.А. Бізнес-моделювання у процесі розвитку підприємства / В.А.Верба – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nadoest.com/verba-v-a-kand-ekon-nauk-docent-dvnz-kneu-imeni-vadima-geteman>

Ольга Сазонець
доктор економічних наук, проф.,
зав.кафедри міжнародних економічних відносин,
Національний університет водного господарства та
природокористування, onsazonets@gmail.com

Андрій Ващишин
аспірант, Національний університет водного господарства та
природокористування, yashchyshyna@gmail.com

МОЖЛИВОСТІ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ ЕЛЕМЕНТІВ МОДЕЛІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПРОВІДНИХ КРАЇН НА УКРАЇНСЬКИЙ ВИМІР

ВОЗМОЖНОСТИ ИМПЛЕМЕНТАЦИИ ЭЛЕМЕНТОВ МОДЕЛИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ВЕДУЩИХ СТРАН В УКРАИНЕ

POSSIBILITIES OF IMPLEMENTATION OF ELEMENTS OF THE MODEL OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF LEADING COUNTRIES IN UKRAINE

Анотація. В статті обґрунтовано зв'язок між структурними зрушеннями національних економік з одного боку, та економічним зростанням, енергетичним споживанням і рівнем техногенного навантаження на навколишнє природне середовище – з другого.

Аннотация. В статье обоснована связь между структурными сдвигами национальных экономик с одной стороны, и экономическим ростом, энергетическим потреблением и уровнем техногенной нагрузки на окружающую среду - с другой.

Annotation. The article substantiates the connection between structural changes of national economy on the one hand, and economic growth, energy consumption and level of environmental footprint on the other hand

Початок третього тисячоліття характеризується активним втручанням людини в світ природи. Техногенні зміни, що відбулися в навколишньому природному середовищі, сприяли виникненню великої кількості екологічних криз і катастроф глобального характеру та стали серйозною загрозою для існування нинішнього й майбутнього покоління. Перехід сучасної людської цивілізації до сталого розвитку здатний зменшити негативний техногенний тиск на навколишнє природне середовище планети.

Аналіз соціально-економічних та екологічних показників варто розпочати з Великобританії, яка займає 4 місце серед країн Великої Сімки за виробленим ВВП на одну особу. Рівень економічного та інноваційного розвитку цієї країни за останні роки невпинно зростає. Розглядаючи економічну структуру Великобританії варто відзначити, що протягом останніх років у структурі цієї країни переважаючим завжди був третинний сектор економіки (його частка в цей період знаходилась у межах 61,1–77,0 %); зростання питомої ваги даного сектору в структурі економіки до 2011 року відбувалося одночасно з підвищенням середньорічної ціни на сиру нафту [1; 2]. З метою послаблення енергетичного зв'язку, країна зменшила питому вагу екологічно небезпечного, енергоємного вторинного сектору в структурі економіки. Підтвердженням цього є зменшення показника енергоспоживання на одну особу в кг нафтового еквівалента.

Показник енергоспоживання на одного жителя Великобританії зменшився з 3 708,5 до 3 112,12 кг нафтового еквіваленту[1;2]. Тобто відбувся спад енергетичного споживання у розрахунку на одну особу. Саме висока ціна нафти (період до 2012 року) викликала потужний сплеск і появу енергоощадних та наукоємних галузей в структурі економіки цієї країни (мова йде про зростання третинного сектору). Підтвердженням того, що економіка Великобританії розвивається на засадах сталого розвитку, є дані щодо зростання темпів ВВП на одну особу за одночасного зменшення кількості викидів двоокису вуглецю у атмосферне повітря (теж у розрахунку на одну особу). Так, викиди двоокису вуглецю за цей період зменшились з 10,34 до 8,51 тонн. Тобто економічний розвиток цієї країни обумовив зменшення викидів двоокису

вуглецю. Крім того, ідентичний тип зв'язку можна прослідкувати між темпами зростання третинного сектору економіки та зменшенням кількості викидів двоокису вуглецю в повітря [3; 4; 5].

Італія, як і Великобританія, знаходиться на постіндустріальній стадії розвитку, проте різниця між ними полягає у тому, що економіка Великобританії розвивається згідно сталого типу, а економіка Італії за природозабруднюючого. Перш за все це пов'язано зі змінами, що відбуваються в структурах відповідних економік. Зменшення в структурі економіки Італії первинного сектору, підвищило питому вагу вторинного сектору, що негативно позначилося на стані природи. Негативний вплив вторинного сектору економіки на довкілля полягає ще й у тому, що в процесі виготовлення необхідної продукції використовується велика кількість енергетичних ресурсів, а це відображає показник енергоспоживання на одного жителя країни. За 20 років показники енергоспоживання на одну особу в Італії зріс із 2 645 до 2 813 кг нафтового еквівалента [1; 2].

Така зміна показника енергоспоживання протягом тривалого проміжку часу вказує лише на одне – Італія має значні резерви для енергозбереження та недостатньо піклується про стан власної екологічної безпеки. Проте, крім негативних моментів у розвитку цієї країни, присутні й позитивні, а саме – найбільшу частку в структурі економіки цієї країни займає третинний сектор, збільшення якого миттєво віддзеркалюється на показниках ВВП на одну особу (за ПКС). Протягом 20 років у Італії викиди CO₂ в повітря зменшились лише на 2,61 % [1; 2], для порівняння у Великобританії аналогічний показник протягом цього ж періоду знизився на 17,7 %. Італія відрізняється від Великобританії майже незмінною кількістю викидів двоокису вуглецю в атмосферне повітря (7,66–7,46 т/люд). Такий стан речей варто пояснити низькими темпами зменшення вторинного сектору в структурі економіки. За цей період вторинний сектор економіки зменшився лише на 5,7 відсоткових пункти, а у Великобританії аж на 10,2 відсоткових пункти. В Італії частка вторинного сектору становила 25,4 %, в той час як у Великобританії – 22 % [3; 4; 5]. Таким чином, наведені дані дають можливість стверджувати, що відчутне зниження частки вторинного сектору в структурі економіки Італії здатне наблизити її до сталого підтипу розвитку та сприяти зменшенню кількості викидів.

Близькими до соціально-економічних та екологічних показників Великобританії є показники Німеччини. Одночасне зростання рівня ВВП на одну особу та зменшення викидів CO₂ в атмосферне повітря Німеччини свідчить, що економічний розвиток цієї країни відбувається згідно сталого типу. Німеччина знаходиться на постіндустріальній стадії розвитку, на що вказує частка третинного сектора в структурі її економіки (71,3 %). Її величина зросла за 20 років зросла на 9,3 % [3; 4; 5]. Тобто ще раз повертаємося до вже згаданого твердження: якщо в структурі економіки переважає третинний сектор, в основі якого знаходяться високотехнологічні, наукоємні та інформаційні галузі, то в кінцевому підсумку це призводить не тільки до економічного розвитку країни, а й до зменшення кількості викидів шкідливих речовин.

Особливе місце в ЄС належить Франції. Показник викидів двоокису вуглецю в атмосферне повітря Франції з поміж інших країн Великої Сімки є найнижчим. За 20 років показник викидів CO₂ в країні знизився із 7,31 до 5,69 т/людину [1; 2]. Частка третинного сектора економіки в цій країні збільшилась з 69,60 до 79,2 %, що є найвищим показником серед усіх країн Великої Сімки.

Економіка Франції розвивається згідно сталого типу розвитку, тобто техногенне навантаження на довкілля зменшується одночасно із зростанням економічного добробуту населення країни. Всі наведені показники демонструють тісні зв'язки та підтверджують, що перехід до сталого розвитку відбувся в Франції за умови зменшення екологічно небезпечного та енергоємного вторинного сектора економіки за одночасного збільшення третинного сектору, який чинить значно менший антропогенний тиск на навколишнє середовище. Крім того, помірне зростання третинного сектора позитивно впливає на економічний розвиток країни та автоматично відбивається на величині показника ВВП на одну особу. Цей показник

характеризує досить тісний прямопропорційний зв'язок між зростанням третинного сектора економіки та економічного добробуту як окремого жителя, так і країни в цілому.

Нині структура української економіки потребує певних коригувань, а саме: зменшення частки галузей первинного сектора економіки та збільшення питомої ваги наукоємних, інформаційних галузей третинного сектору, що можливо здійснити за рахунок державних та приватних вливань в інноваційні проекти країни [6]. Зростання інвестиційних потоків у наукоємні, інформаційні, високотехнологічні галузі третинного сектору не тільки сприятиме зростанню величини ВВП на одну особу в країні, а й зменшенню кількості шкідливих викидів в атмосферу країни, що й відбувається при сталому типі розвитку.

Література

1. Офіційний сайт Організації економічного співробітництва та розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://website-tools.net/google-keyword/site/www.oecd-ilibrary.org>
2. Показники світового розвитку [Електронний ресурс] Офіційний веб-сайт Всесвітнього банку. – Режим доступу: http://www.google.com.ua/publicdata/explore?ds=d5bnccppjof8f9&met_y=en_atm_co2e_pc&idim=country:UKR&dl=ru&hl=ru&q=%D0%B2%D1%8B%D0%B1%D1%80%D0%BE%D1%81%D1%8B+%D1%81%D0%BE2#!ctype=l&strail=false&bcs=d&nselm=h&met_y=en_atm_co2e_pc&scale_y=lin&ind_y=false&rdim=region&ifdim=region&tdim=true&hl=ru&dl=ru&ind=false.
3. Economy Statistics GDP composition by sector agriculture (most recent) by country [Electronic resource] Website Nation Master.com. – Mode of access: http://www.nationmaster.com/graph/eco_gdp_com_by_sec_agr-economy-gdp-composition-sector-agriculture.
4. Economy Statistics GDP composition by sector industry (most recent) by country [Electronic resource] Website Nation Master.com. – Mode of access: http://www.nationmaster.com/graph/eco_gdp_com_by_sec_ind-economy-gdp-composition-sector-industry.
5. Economy Statistics GDP composition by sector services (most recent) by country [Electronic resource] Website Nation Master.com. – Mode of access: http://www.nationmaster.com/graph/eco_gdp_com_by_sec_ser-economy-gdp-composition-sector-services.
6. Орешняк В. Л. Структурні зрушення в економіці України в контексті сталого розвитку / В. Л. Орешняк // Бізнес-Інформ – 2013. – №8. – С. 28-33

УДК 657.658

Світлана Семенова
к.е.н., доцент кафедри обліку і оподаткування
Державний університет інфраструктури та технологій,
f430@ukr.net

ОБЛІК ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ

УЧЕТ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ

INNOVATIVE ACTIVITIES ACCOUNTING: MODERN TRENDS

Анотація. Інноваційна діяльність охоплює наукові, технологічні, організаційні, фінансові й комерційні дії, які призводять до здійснення інновацій або задумані з цією метою. Розвиток та значення інновацій у сучасному світі, особливості їх оцінки, фінансування та ризику вимагають відповідного відображення в бухгалтерському обліку та звітності. Досліджено об'єкти та види інноваційної діяльності, визначено сучасні тенденції у сфері інновацій.

Аннотация. Инновационная деятельность охватывает научные, технологические, организационные, финансовые и коммерческие действия, которые приводят к совершению инноваций или задуманные с этой целью. Развитие и значение инноваций в современном мире, особенности их оценки, финансирования и риски требуют соответствующего отражения в бухгалтерском учете и отчетности.

Исследовано объекты и виды инновационной деятельности, определены современные тенденции в сфере инноваций.

Annotation. Innovation activities include scientific, technological, organizational, financial and commercial activities that lead to innovation or are conceived to this end. The development and significance of innovations in the modern world, peculiarities of their estimation, financing and risks require corresponding reflection in accounting and reporting. The objects and types of innovation activity are investigated, modern tendencies in the field of innovations are determined.

Innovation activity is defined as one of the forms of investment activity, which is carried out to implement the achievements of scientific and technological progress in production and social sphere, that is, in order to implement innovations. According to official data of the State Statistics Service of Ukraine, in 2016 18.9% of the total population or 834 enterprises engaged in innovation activity in industry [5]. During 2016 in Ukraine, 23.2 billion UAH were spent on innovation by enterprises, including 19.8 billion UAH for the purchase of machinery, equipment and software, and 2,4 for internal and external research billion UAH [5]. In 2016, 4139 innovative products were introduced, of which 978 were new only for the market, 3161 were new for the enterprise. However, compared with 2013, the cost of innovation and research in Ukraine declined by more than 80%, which is explained by the economic crisis.

All scientific, technological, organizational, financial and commercial actions that lead to innovation or are conceived for this purpose are called innovation activity. There are four types of innovations: (1) product innovations; (2) process innovation; (3) marketing innovation; (4) organizational innovation.

The Law of Ukraine "On Innovation Activity" [1] defines the following objects of innovation activity: new knowledge and intellectual products, commodity products, production equipment and processes, production and entrepreneurship infrastructure, raw materials, means of their extraction and processing, mechanisms of formation of the consumer market and marketing of commodity products, organizational and technical decisions of an industrial, administrative, commercial or other nature that significantly improve the structure and quality of production and (or) social sphere, as well as other innovative programs and projects.

Innovation program - a set of interconnected innovation projects and measures to support innovation. Innovation project - a set of documents defining the procedure and complex of all necessary research, development, production, organizational, investment, financial, commercial and other measures, executed by a set of project documentation and provide an effective solution to specific scientific and technical problems expressed in quantitative indicators leading to innovation - the creation and implementation of an innovative product or innovation product. At the same time, a priority innovation project is defined as one that is implemented within the framework of priority directions of innovation activity.

Innovation activity is aimed at the use and commercialization of the results of scientific research, development, and promotes the launch of new competitive products and services on the market [2]. The Ukrainian legislation distinguishes the following types of innovation activities:

- internal R & D, including expenses for the implementation of scientific and scientific works by own forces of organization, which consist of labor costs, material costs, other current expenditures, capital investments (except for the amount of depreciation for full restoration of fixed assets);

- external R & D - acquisition of research results performed by other enterprises, organizations for the development of new or improved products and processes;

- the purchase of machines, equipment and software is the acquisition of advanced, technologically advanced machines, equipment and other means of production and equipment, integrated software necessary for the introduction of new or improved technological processes, machinery and equipment that does not improve production capacity, but necessary for the production of new products (additional machines), regardless of whether they are purchased separately or in combination with commercial secrets;

- acquisition of other external knowledge - is the acquisition of new technologies used for the implementation of technological innovations, taking into account the acquisition of the enterprise: exclusive proprietary rights to inventions, utility models, industrial designs, licenses, license agreements for the use of these objects; commercial secrets (formulas, calculations, plans, drawings, etc., instructions, description, requirements, data, methods and techniques); projects; technologies in the incomplete form; trademarks (trademarks acquired in connection with the conduct of enterprise innovations); other engineering, consulting services (except research and development) from outside organizations, individuals (excluding products, samples, machines, components or spare parts, tools purchased in complete with documents of commercial secrets);

- training and training of staff - costs for strengthening the intellectual capital and innovative potential of employees;

- market introduction of innovations - this activity of the enterprise is associated with the introduction of both technologically new and significantly technologically advanced products (product innovations) and processes (process innovation). Innovation is considered to be implemented if it (its result) has entered the market or is used in the production process.

It is proposed to distinguish two types of innovations in the stage of their realization:

- 1) the cost of innovation - as an aggregate of investments, the cost of an unfinished process of creating innovations that have not yet reached the ultimate goal;

- 2) innovations as a result, including by subspecies: innovative product and innovative products. An innovative product is the result of research, development and development that meets the requirements established by the Law of Ukraine "On Innovation Activity". Innovative products are some new products or services.

From an economic point of view, an enterprise (organization) is considered innovative if it introduced any innovation for a specified period. However, under the law, an innovative enterprise recognizes an enterprise or association of enterprises of any ownership type if more than 70% of its output in monetary terms during the reporting tax period is innovative products or products [1].

The years to come will bring impressive technological breakthroughs with massive impact on our lives, markets and societies. In our connected world, with the unprecedented level of information, knowledge and ideas exchange, innovation is happening continuously, at scale and in several forms; it is driven by corporations, secret labs, universities, startups, research scientists or simply by thousands of creative individuals across the globe.

Among the current trends in the field of innovation are devoted to developments in the field of virtual reality (VR devices from Oculus, Sony, HTC, Google based on smartphones, simplifying the process of shooting and viewing VR-video). VR startups are working across multiple domains and business scenarios, including E-commerce, gaming, social applications, learning and education, healthcare, online VR environments and more. The next few years will bring impressive progress on all VR hardware, applications and VR content. Augmented reality is what we get when physical and digital worlds blend into a single experience. Typical examples are Microsoft HoloLens and Google Glass. Again, this is an area that will grow rapidly as the opportunity for innovation is unlimited: content experiences, content discovery, data exploration and visualizations, intelligent and contextual object annotation, dynamic physical world mapping and discovery. Further improvement is expected devices that study human behavior and automate tasks for simplification. Life (the development of unmanned cars by Tesla, Waymo, Nissan, BMW, the spread of Apple and Samsung devices for a smart home), innovations in the field of artificial intelligence (Google, Amazon), robotics (about 70% of robots sell "big five": Japan, China, USA, South Korea, Germany), innovations in information processing tools (Big Data is a trend in many industries, because businesses need access to analytical tools for decision-making, people increasingly want to know to what extent and who can take advantage of its data, therefore, the demand for specialists from processing and analysis of information - Data Scientist), popularization of the digital currency. Bitcoin is a digital currency that guarantees absolute anonymity in transactions, Blockchain - a public transaction register that can create a new era of the internet, as experts point out: "Blockchain will become for the banks, law and accounting, to what the Internet has become for the media, trade

and advertising" [4]. Blockchain is one of the most disruptive technologies. Its distributed, decentralized and immutable properties make it the ideal way to store and track data across numerous domains and use cases [3]. Technology innovation can take many forms—for instance novel software implementing new algorithms and data processing models; or new hardware components (sensors, processors, components); or improved user interfaces offering seamless experiences; it can also happen at a higher level, in the form of new processes, business models. The accounting and reporting system must meet the requirements of reliable and complete display of information about the innovative activity of the company, taking into account current trends and intense changes.

REFERENCES

1. Zakon Ukrainy "Pro innovaciynu diyalnist" [Law of Ukraine about innovation activity].(n.d.) *zakon2.rada.gov.ua*. Retrieved from <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/40-15> [in Ukrainian]
2. Bratchuk, L. M. (2016) Teoretychne obgruntuvannya sutnosti innovaciynoi diyalnosti v systemi buhgalterskogo obliku [Theoretical substantiation of the essence of innovation activity in the accounting system]. *Visnyk Sumskogo nationalnogo agrarnogo universytetu. Seriya: Ekonomika i menegment*, 4, 81-86 [in Ukrainian]
3. [Michael, Ringel](#) & [Hadi, Zablit](#) (2018). Innovation in 2018. [The Most Innovative Companies 2018: Innovators Go All In On Digital](#). *The BCG report*. Retrieved from <https://www.bcg.com/publications/2018/most-innovative-companies-2018-innovation.aspx>
4. [George, Krasadakis](#) (2018) 2018: Innovation - Trends and Opportunities. What's next on AI, AR, VR, NUI, Robotics, Data & Visualization, Blockchain." *A Medium Corporation: The Innovation Machine*, Nov 27, 2017. Retrieved from <https://medium.com/innovation-machine/2018-innovation-trends-and-opportunities-8a5d642fd661>
5. Naukova ta innovaciyna diyalnist Ukrainy (2017) [Scientific and innovative activity of Ukraine]. *Statystychnyi zbirnyk DSU, Kuyiv: TOV „Avgyst Treyd”*, 140 p. [in Ukrainian]

УДК 338.48

Евген Смирнов
магістр, випускник кафедри міжнародного менеджменту
ДВНЗ «КНЕУ імені В.Гетьмана»,
smyrnov1994@gmail.com

ІДЕНТИФІКАЦІЯ ПРОБЛЕМНИХ І ДИСКУСІЙНИХ ЗОН РОЗВИТКУ СВІТОВОГО ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ

ИДЕНТИФИКАЦИЯ ПРОБЛЕМНЫХ И ДИСКУССИОННЫХ ЗОН РАЗВИТИЯ МИРОВОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО РЫНКА

IDENTIFICATION OF PROBLEM AND DISCUSSION ZONES OF THE DEVELOPMENT OF THE WORLD TOURIST MARKET

Анотація. В статті автором були розглянуті основні сучасні тренди та вектори розвитку ринку туристичних послуг в світі. Крізь оцінювання, діагностику і характеристику макроекономічної складової туризму як проактивного елементу міжнародного бізнесу автор ідентифікував також інноваційно-інформаційні аспекти розвитку інфраструктури туристичної галузі та виявив проблемні та дискусійні зони розвитку глобального туристичного ринку.

Аннотация. В статье автором были рассмотрены основные современные тренды и векторы развития рынка туристических услуг в мире. Сквозь оценки, диагностики и характеристику макроекономической составляющей туризма как проактивной элемента международного бизнеса автор идентифицировал также инновационно-информационные аспекты развития инфраструктуры туристической отрасли и выявил проблемные и дискуссионные зоны развития глобального туристического рынка.

Annotation. In the article the author considered the main modern trends and vectors of the development of the tourist services market in the world. Through the evaluation, diagnosis and characterization of the macroeconomic component of tourism as a proactive element of international business, the author also identified the innovation and information aspects of tourism infrastructure development and identified the problematic and discussion areas for the development of the global tourism market.

Туристична галузь сьогодні – це достатньо багатобічний феномен, який фактично перетинається з такими науками і сферами суспільного життя, як економіка, культура, історія, географія, архітектура, медицина, спорт тощо. Але поки що жодна з вказаних областей науки не в змозі віднести туризм до власної зони досліджень і прийняти його за об'єкт власних експертиз. А також жоден з соціально-економічних інститутів та суспільно-громадських інституцій неспроможні самостійно вирішувати комплекс виникаючих дискусійних та контрверсійних питань.

Враховуючи, що частка доходів від туризму становить майже 10% світового валового продукту GDP, становлячи при цьому 7% світового експорту товарів та послуг [2, с.3], при цьому створюючи 10% робочих місць в загальній системі зайнятості [2, с.3], він має всі підстави стати однією з пріоритетних галузей глобальної економіки.

Проблеми і питання розвитку туристичної галузі висвітлено в працях таких зарубіжних вчених: Р. Бартона, Дж. Боуена, Ф. Котлера, Г. Харріса, П. Келлера, С. Уільямса, Ж. Тіверс, П. Робінсона, М.Б. Біржакова, Забаєву Ю.В. та інших. Разом з цим, не можна не згадати роботи українських учених, які зробили вагомий внесок у розвиток науки про туристичну галузь, таких як: В.В. Абрамов, Т.Г. Сокол, М.П. Мальська, І.В. Кравчук, П.О. Масляк, О.О. Любіцева та ін.

Зазначені науковці у своїх роботах розглядають, перш за все, теоретико-методологічні засади становлення туризму в цілому та зокрема розвитку глобальної туристичної індустрії, її вагу в системі світової торгівлі, визначають сутність, форми та різновиди туризму, приділяють увагу особливостям функціонування сучасної туристичної індустрії та її регулюванню, аналізують перспективи розвитку цієї сфери економіки. Але мало хто з науковців розглядає туристичний ринок як місце зосередження нетрадиційних ресурсів. Враховуючи той факт, що в умовах інформаційно-інноваційної економіки більша частина ВВП генерується діяльністю з виробництва, обробки, зберігання і розповсюдження знань, при цьому прибуток створює інтелект новаторів і вчених, саме інформаційна сфера, а не матеріальне виробництво (індустріальна економіка) і не концентрація фінансів (капіталу), можна стверджувати, що більш глибокої уваги потребують питання ресурсного забезпечення діяльності світового ринку туристичних послуг.

До основних причин та передумов, що призвели до бурхливого розвитку туризму останніми роками, спробуємо ідентифікувати наступні:

- зростання загального суспільного багатства і доходів населення (навіть після світової фінансової кризи 2008 року туристичний ринок виявився найменш уразливим і достатньо швидко вийшов на докризові показники ефективності);

- поступове зменшення тривалості робочого дня з одночасним збільшенням власного вільного часу, який залишається в розпорядженні працівника;

- збільшення інтенсивності та різновидів транспорту для забезпечення подорожей (авіаційного, автомобільного, морського, річкового та подібних);

- еволюція телекомунікації, засобів, які її забезпечують та ІТ;

- значні трансформації в структурі сприйняття духовних цінностей та т.і. [1].

Безперечно, сформована культурно-цивілізована інфраструктура туристичного ринку зараджує вдосконаленню індексу конкурентоспроможності країни та загального стану її конкурентних переваг у світі, форсує та пришвидшує можливість та заходи щодо її асиміляції до світової економіки, забезпечуючи одночасно перехід від слаборозвиненого економічного укладу до розвитку інформаційно-сервісної економіки, заснованої на пануванні сфери надання послуг.

Наступною проблемою розвитку туристичної індустрії є питання світового тероризму та безпеки. Події 2001 року в Америці, нестабільність на Близькому та Середньому Сході (Алжир, Сирія, Іран, Ірак, суперечки між Ізраїлем і Палестиною), напруженість в Азійській частині (Південна Корея, Таїланд), серія терористичних актів в центральній Європі (Бельгія, Франція), триваюча агресія в Україні - все це свідчить про те, що в сучасних умовах соціалізації та культурного самовизначення деяких народів і навіть цілих регіонів, як і раніше зберігається значна частка нестабільності та ворожості.

Можливим реальним виходом з ситуації, що склалася, стає переорієнтація фінансових потоків і дієва допомога у вигляді капітальних інвестицій, підвищення зайнятості місцевого населення, що підвищить одночасно ВВП в цих країнах, завдяки створенню додаткової туристичної інфраструктури: будівництво й обслуговування готельного фонду й нових курортів, активізація авіасполучення через будівництво нових аеропортів і транспортних хабів (один з таких прикладів Катар і його однойменна авіакомпанія QatarAirlines). Не зайвою буде також спроба налагодити й вдосконалити мережу внутрішніх автомобільних доріг, що покращить не тільки загальний економічний стан всередині цих країн і забезпечить свободу в пересуванні для великої кількості потенційних туристів. В свою чергу це одночасно зможе й вирішити проблему сучасного розвитку туристичного ринку – транспортну проблему, тому що дістатися деяких частин світу, а особливо це стосується країн-представників Нового світу (Америка, Австралія), не здається можливим саме з-за причини їх значної віддаленості від традиційних туристських потоків. Одним з можливих запропонованих рішень подолання такого дисбалансу може бути пропозиція від лоукост авіакомпаній (JetAir, WizzAir, RyanAir, Pegasus), а також звичайних авіаперевізників на підставі формування чартерних рейсів (особливо враховуючи сезонність деяких приймаючих країн), які в змозі надати в недалекій перспективі ці послуги. Звісно, цей крок потягне за собою оновлення парку далекомагістральних літаків, що в свою чергу надасть додаткові можливості розвитку світової авіабудівельної галузі (на сьогодні це поки що Boeing і Airbus). Одночасним кроком від приймаючих країн повинно стати одночасне запровадження нових стандартів в галузі розвитку туризму й туристичної інфраструктури (більш ліберальне податкове законодавство, а також створення сприятливих умов для залучення як зовнішніх, так і мобілізації внутрішніх інвестицій).

Черговою є проблема слабого і недосконалого розвитку інформаційної складової туристичного ринку та неефективне застосування інформаційно-інноваційних технологій. Послугування соціальними мережами та телекомунікаційними технологіями та засобами зв'язку унаочнює один з трендів сучасності в турбулентних умовах дискретної глобалізації. І сегмент туризму не виключення з цих паттернів, де також можна спостерігати вибухоподібний розвиток цих спрямувань. Сучасному туристу притаманна підвищена мобільність, постійний моніторинг певних подій в Інтернеті, використовуючи свій смартфон, а також за допомогою мінімум 1-2 соціальних мереж, де вони зареєстровані. За дослідженнями агенції Mandala Research, 52% з 152 млн. американських туристів дорослого віку застосовують соціальні мережі, генеруючи при цьому для економіки США близько \$102,9 млрд. тільки за рахунок проаналізованого внутрішнього туризму, а також порівнюючи це з \$69,5 млрд. користі та надходжень від неавторизованих користувачів [4]. Стосовно України, то вона не є виключенням з цієї тенденції, яка прослідковується в появі агентств і операторів, що переважно використовують соцмережі, а також туристичні спільноти та форуми для свого промоушена. Це можна пояснити тим, що пошановувачі соціальних мереж дійсно подорожують набагато частіше тих осіб, які не долучаються до різноманітних Інтернет активностей. В найближчому майбутньому звичайними звичками і діями для подорожуючих людей беззаперечно будуть дистанційні бронювання, мобільні додатки та путівники, а також особисті поради від друзів з-за кордону з маршрутом запланованої подорожі до їхньої країни.

Оскільки віртуалізація мереж і потоків, а також інформатизація сучасних технологій є запорукою більш ефективного розвитку туризму в умовах глобалізації, компаніям, які

функціонують на туристичному ринку було б притаманно змістити акценти на формування та реалізацію своїх брендів у формі сучасних бренд-сайтів з одночасним корустуванням з пропозицій, які були апробовані та довели свою ефективність в роботі суб'єктів інших секторів економічної системи.

Експерти UNWTO (Всесвітньої туристичної організації) ідентифікували п'ять найпопулярніших різновидів туризму у наступних десятиліттях XXI століття [3]:

1. *Морські та океанські круїзи* – відноситься до одного з найперспективніших та бурхливо зростаючих видів туризму. Якщо в кінці XX століття кількість туристів-«круїзників» складала приблизно 1,5 млн. осіб, то на сьогодні цифри значно зросли – це 10 млн., і їхня кількість поступово зростає.

2. *Пригодницький туризм* – був винайдений спеціально для любителів зі сфери «гострих» відчуттів. Щороку зростають цифри та попит в бажаючих клієнтах опинитися, наприклад, на вершині Евересту, або зануритися в Маріанську западину.

3. *Культурно-просвітницький і туризм спортивних подій* – достатньо швидко розповсюджується країнами Європи, Азії, Близького Сходу, а значить, відповідно, буде зростати і глобальне значення охорони пам'яток культурної спадщини.

4. *Діловий туризм* – фактично з другої половини XX століття активно розвивається до цих пір і буде нарощувати темпи й в майбутньому, що насамперед пов'язано зі швидкими темпами розвитку світової економіки, пришвидшенням міграційних процесів, а також сприянням вільного переміщення населення крізь кордони, поглибленням політичних та економічних зв'язків між різними державами світу.

5. *Освітній туризм* – завдяки новітнім програмам академічного обміну, стажувань серед студентів і викладачів освітніх закладів, програми Work&Travel, які зараз розповсюджені серед студентського середовища, туристична сфера отримає достатньо великий прошарок потенційних «туристів», які по-перше скорегують статистику міжнародних туристських прибуттів, а також однозначно внесуть свій вклад до зміщення акцентів в питанні міжнародних надходжень від туризму (ITR).

6. *Космічний туризм* – згідно даних американських спеціалістів в стані забезпечити щорічно надходження у розмірі 10 млрд. доларів США.

Останній кластер проблем, які хвилюють не тільки пересічних подорожуючих, а й створюють несприятливі умови для розвитку глобального туристичного ринку, включає в себе питання природних катаклізмів і катастроф екологічні проблеми, епідемії та хвороби (всім згадується славнозвісна епідемія пташиного грипу 2003-2005 років, яка обмежила подорожі в більшій частині Південно-Східної Азії та мала поодинокі наслідки по всьому світі).

Екологічні проблеми. Яскравий приклад практичної реалізації цього аспекту – аварія на Чорнобильській АЕС. Відвідуваність цього регіону туристами одразу знизилася в 5 разів. Другим прикладом є аварія на японській атомній станції Фукусіма, фактично унеможлививши одночасно вільний доступ відвідувачів і подорожуючих до цього видатного регіону Японії.

Хвороби та епідемії. Відбиття цього фактору особливо відчутне на теренах африканського континенту. Сучасна статистка говорить про те, що відносна відвідуваність цього туристично потужного регіону не перевищує 2% від світового рівня, при цьому основні туристичні потоки припадають на країни Північної та Південної Африки. Основними факторами та перешкодами, які гальмують розвиток туризму в Центральній Африці, звісно є слабка вивченість і доступність цього регіону, а також численні хвороби та антисанітарія, що призводить до постійно спалахуючих тут епідемій [2, с.8-11].

Обов'язкова вакцинація всіх туристів як засіб забезпечення боротьби з епідеміями може стати тим рішенням, що спростить подорожі до регіонів зі складною епідеміологічною ситуацією (до речі, така практика існує вже в деяких країнах Африки). Однак еволюція вірусів і їх перманентні мутації, виявлення нових осередків епідемій, недостатня вивченість

вірусів попередніх поколінь ще довго будуть відвертати туристів навіть від ідеї легкої прогулянки цим регіоном.

Природні катаклізми та катастрофи. Особливість виявлення та прояву цього фактору полягає в тому, що природні стихійні явища можуть мати місце практично в будь-якому куточку Землі, а передбачення цих подій і, тим більше, попередження їх фактично неможливо. Руйнівна дія об'єктивних катастроф навколишнього середовища, яке нас оточує, спрямована, в тому числі, й на існуючу транспортну, в значить і туристичну інфраструктуру. В таких випадках, як і при виникненні екологічних катастроф, визначного моменту набуває психо-фізіологічний аспект, який стримує потенційного подорожуючого від відвідування тих регіонів, які потерпіли від стихійного лиха, навіть після ліквідації наслідків природних катаклізмів (як приклад, збільшення попиту на туристичні поїздки до регіонів, що були під впливом цунамі, виверження вулканів і т.і.).

Але разом з тим, не дивлячись на бурхливий і неспинний розвиток світового туризму як явища (частка доходів від експорту туристичних послуг в Іспанії – 35%, Австралії і Греції – по 36%, Швейцарії – 12%, Італії – 11%, Португалії -21% і на Кіпрі – 52%), існує і ряд проблем, які при правильному та системному підході можуть бути ефективно вирішені, що в подальшому може призвести до нового витка становлення індустрії туризму в умовах сталого розвитку міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин. Така занадто висока частка надходжень від туризму у ВВП говорить про уразливість місцевих економік у разі зміни світової кон'юнктури. Також увага автора була зосереджена на додаткових проблемах розвитку туристичного ринку, таких як: світовий тероризм, ресурсні асиметрії країн, що розвиваються і перерозподіл внаслідок цього фінансових потоків, нерозвиненість дорожньої та транспортної інфраструктури, проблема міграції та біженців і основна - слабкий розвиток інформаційної складової туристичного ринку та неефективне використання ІТ-технологій, що безперечно має покращитись завдяки Використання соціальних мереж й мобільних технологій є однією з тенденцій сьогодення в умовах глобалізації (за даними Mandala Research, 52% з 152 млн. дорослих американських туристів використовують соцмережі й генерують для економіки США \$102,9 млрд. за рахунок внутрішнього туризму, у порівнянні з \$69,5 млрд. від незареєстрованих користувачів). За аналізом даних експертів UNWTO були ідентифіковані п'ять найперспективніших видів туризму у другій декаді XXI століття: круїзи, пригодницький туризм, культурно-пізнавальний та спортивний туризм, діловий і освітній туризм і космічний туризм.

Література

1. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти).- К., 2009, 436 с.
2. UNWTO Tourism Highlights, 2017 Edition [Electronic resource]: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029>
3. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ipkinternational.com/en/world-travel-monitor/latest-reports#travel-market-destination-reports>
4. Ястремька Олеся Олександрівна, Сучасні світові тенденції розвитку туризму, Проблеми економіки. - 2013. - №1. - С.22-27.

ФІНАНСОВІ ІННОВАЦІЇ ТА ЇХ РОЛЬ У РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

ФИНАНСОВЫЕ ИННОВАЦИИ И ИХ РОЛЬ В РАЗВИТИИ ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

FINANCIAL INNOVATIONS AND THEIR ROLE IN THE DEVELOPMENT OF INNOVATIVE ENTREPRENEURSHIP

Анотація. Розкрито сутність і значення фінансових інновацій, охарактеризовано основні їх види. Особливу увагу приділено фінансовим технологіям та їх можливостям щодо забезпечення розвитку інноваційного підприємництва.

Аннотация. Раскрыта сущность и значение финансовых инноваций, охарактеризованы основные их виды. Особое внимание уделено финансовым технологиям и их возможностям по обеспечению развития инновационного предпринимательства.

Annotation. The essence and significance of financial innovations are disclosed, their main types are characterized. Particular attention is paid to financial technologies and their opportunities to ensure the development of innovative entrepreneurship.

Постійні зміни технологічного способу виробництва закономірно супроводжуються інноваціями у фінансовій сфері, які, у свою чергу, мають властивість сприяти інноваційному оновленню бізнесу. Сучасні тенденції глобалізації та формування цифрової економіки переводять фінансові інновації на якісно новий щабель розвитку.

Фінансові інновації – це нові або удосконалені фінансові технології, послуги, продукти, організаційні форми, які є результатом інноваційної діяльності і у фінансовій сфері несуть у собі позитивний ефект для функціонування економіки. До найвідоміших фінансових інновацій ХХ ст. можна віднести появу кредитних карт і багатофункціональних банкоматів, мереж безготівкових розрахунків та платежів, безготівкового обігу фінансових інструментів та емісії електронних грошей, поширення віртуальних банків та електронних гаманців та ін. Початок ХХІ ст. приніс появу терміналів швидких розрахунків ібох і мобільного банкінгу, криптовалют і технології блокчейн, цілого комплексу інновацій, об'єднаних назвою «фінтех».

Фінтех або фінансові технології (англ. – FinTech) – це ціла галузь, що складається з компаній, які використовують інноваційні фінансові технології і складають конкуренцію традиційним фінансовим продуктам і послугам банків та інших фінансових посередників. Їхня поява стала можлива завдяки прискоренню глобалізації та поглибленню економічної взаємодії суб'єктів на усіх рівнях, поширенню інтернет-мереж і рівня комунікацій, посиленню економічної мобільності й розвитку інноваційного підприємництва. Фактично фінтех руйнує монополію фінансових посередників на надання фінансових послуг і створює могутній імпульс для оновлення фінансового інструментарію, що обслуговує бізнес.

Використання фінтеху є перспективним у пошуку альтернативних джерел фінансування бізнесу, особливо – інноваційного (наприклад, на основі краудфандингу, кредитування P2P тощо), розвитку страхування та ризик-менеджменту, торгівлі і розрахунків. Найбільш перспективними напрямками розвитку фінансових технологій є робота з хмарними технологіями, біг-дата, безконтактними мобільними технологіями, біометрією, блокчейн, штучним інтелектом тощо. Щодо розвитку інноваційного підприємництва, то використання можливостей фінтеху доцільно за такими напрямками: пошук джерел фінансування (P2P-кредитування, краудфандинг); розрахунки та платежі (P2P-платежі на

основі онлайн-платформ, сервіси B2B-переказів, хмарні каси, старт-термінали, сервіси масових виплат); управління бізнесом та фінансовий інжиніринг (хмарні додатки з фінансового планування, сервіси цільових накопичень, робо-едвайзинг, алгоритмічна біржова торгівля та ін.).

На особливу увагу застосовують інноваційні стартапи у сфері фінансових технологій, які, на думку фахівців, здатні створити реальну конкуренцію банківським продуктам та послугам [3]. Так одним із досить перспективних є стартап Trov у сфері страхових фінансових технологій, що передбачає страхування цифрових сховищ даних і базується на технології блокчейн та використанні мобільних додатків. Стартап DepositSolutions, заснований у 2011 р. у м. Гамбург (Німеччина) представляє собою відкриту банківську платформу для роздрібного бізнесу, завдяки якій європейські банки можуть пропонувати депозитні послуги по усій території Європи, а клієнтам не потрібно буде відкривати рахунки у різних банках. Він виявився настільки привабливим, що отримав підтримку співзасновника PayPal Пітера Тіля, має офіси у Лондоні та Цюриху і 110 співробітників.

Технології платіжного стартапу Ripple, розпочато у 2012 р. у м. Сан-Франціско (США) дозволяють банкам у різних частинах світу без посередників здійснювати міжнародні транзакції з великою швидкістю, точністю та мінімальними ризиками. Технології Ripple на основі блокчейн сьогодні популярні у провідних банків світу. Цей стартап дозволив залучити понад 93,6 млн.дол. інвестицій від провідних компаній на ринку інновацій: CoreInnovationCapital, SantanderInnoVentures та ін. [3]. Стартап Onfido, заснований у 2012 р. трьома підприємливими студентами Оксфорда, надає послуги фінустановам із верифікації особистості клієнтів. На сьогодні у проекті задіяні 145 співробітників, які економлять час і витрати банків та інших суб'єктів фінансового ринку. Стартап Lemonade на основі фінансових технологій у страхуванні на основі використання мобільних додатків, штучного інтелекту, аналітичних інструментів поведінкової економіки за два роки існування (створений у 2015 р. у штаті Нью-Йорк) залучив 60 млн.дол., поширив діяльність ще на два штати і успішно залучає нових клієнтів на основі використання ботів та миттєвих онлайн та мобільних послуг.

Фінансові можливості подібних стартапів, їх потенціал характеризує приклад Ant Financial (також відомої як Alipay) – дочірньої структури китайської компанії з електронної комерції AlibabaGroup, що стала найбільшою у світі платформою з мобільних та онлайн-платежів, надає послуги приватного банкінгу і хмарних обчислень, послуги з управління капіталом та фінансової звітності з капіталізацією 60 млрд.дол. Фінансування Ant Financial також отримує на основі фінтеху: у минулому році компанія отримала 4,5 млрд.дол. інвестицій у раунді В і не планує на цьому зупинитися.

Успішні фінансові стартапи надають приклад залучення фінансування із позабанківських джерел, що є актуальним для інноваційного підприємництва. Аналіз найбільш успішних стартапів показує, що формування ресурсів відбувалося переважно на основі посівних інвестицій, ангельських інвестицій та інвестиційних раундів А і В. Взагалі на ранніх стадіях реалізації інноваційних проектів можливості їхнього фінансування досить обмежені: це бізнес-ангели, замовлення, гранти, небанківські кредити, краудфандинг. Згодом успішна реалізація проекту дозволяє залучити кошти венчурних фондів, біржових інвесторів, інвестиційних компаній та банків.

Фінансування інноваційного підприємництва на ранніх стадіях включає: посівні інвестиції (seed round), ангельські інвестиції, літерні раунди інвестицій. Посівні інвестиції здійснюються на першій і найбільш ризикованій стадії стартапів, коли лише формується бачення, досліджується ринок, розроблюється бізнес-план. Потреба у таких інвестиціях є до моменту отримання наступних інвестицій або здатності проектом генерувати власні грошові потоки. Посівні інвестиції можуть здійснювати венчурні компанії та фонди, індивідуальні інвестори, що найчастіше передбачає дольове входження у новий бізнес. Можуть бути використані кошти друзів, бізнес-янголів тощо. Останнім часом зростає популярність краудфандингових платформ саме на цій стадії фінансування проектів.

Взагалі краудфандинг як економічне явище має давню історію, хоч ніколи не вважався традиційним методом фінансування. Сам термін походить від англ. «crowd» – толпа та «funding» - фінансування і запроваджений у 2006 р. Джеффом Хауї. Це метод передбачає добровільний колективний збір коштів на привабливий проект в основному на онлайн-основі. Спочатку краудфандинг використовувався для фінансування некомерційних проектів, але останнє десятиліття демонструє його привабливість щодо фінансування стартапів та інноваційних проектів на різноманітних фінансових засадах: нефінансова винагорода, пожертви, краудінвестинг, краудлендинг, акціонерний краудфандинг та ін. Найбільш відомими краудфандинговими платформами є Kickstarter, IndieGoGo, RocketHub, PeerBackers, Boomerang, популярність яких поступово поширюється і в Україні.

Ангельське фінансування може бути використане як на посівній, так і наступній стадії – початкової діяльності компанії. Бізнес-ангели – це відносно новий для вітчизняного інноваційного підприємництва вид фінансування. Вони вкладають гроші у проект на так званій стадії «долини смерті», коли ймовірність успішної його реалізації не перевищує 10-20% і інші інвестори не мають бажання брати на себе такі ризики. Саме тому професор університету Нью-Хемпшира Вільям Ветцель порівняв їх з меценатами у мистецтві. Але інвестиції на цій стадії перевищують за прибутковістю венчурні або прямі, тому бізнес-ангели мають інтерес до інвестицій саме на цьому етапі. Що ж до традиційного фінансування з боку фінансових посередників – на цій стадії 99% стартапів не відповідають їх вимогам. Саме завдяки ангельським інвестиціям стали можливими відомі на сьогодні стартапи Herox, Amazon, Ryanair, Apple, Google, E-bay та багато інших [1].

Визначення конкретних перспектив розвитку інвестиційного підприємництва дозволяє розпочати наступний етап фінансування – літерні раунди інвестицій, які послідовно розширюють інвестування і базуються на використанні різних інвестиційних цінних паперів. Серія А найчастіше передбачає залучення інвестицій на основі розміщення привілейованих акцій, що спрямовуються на розширення бізнес-сегменту молоді компанії. Переважно це кошти венчурних фондів і приватних осіб. Подальший розвиток бізнесу може потребувати розширених інвестицій. Більшість стартапів обмежуються інвестиціями серій А і В, деякі потребують ще інвестиційних серій С і D. Після цього компанія може залучати фінансування із більш традиційних джерел, зокрема IPO, банківське кредитування тощо. Однак останні тенденції розвитку фінансових ринків демонструють інвестиційні можливості фінтех, що створюють конкуренцію банкам навіть на цій стадії.

Фінансові інновації формуються і у самих банках, що впливає на їх ресурсні можливості щодо фінансового забезпечення та розрахункового обслуговування інноваційного підприємництва [2]. Найбільш динамічні зміни у сучасних умовах відбуваються у сфері комунікацій та інформаційних технологій, які банки досить інтенсивно використовують через специфіку своєї діяльності. Тому у сучасних умовах вони належать до числа лідерів інноваційного процесу. Скорочення життєвих циклів банківських продуктів також робить банки схильними до інновацій. Перспективними для розвитку інноваційного підприємництва є банківські інновації на міжнародному рівні, які стосуються, передусім, нових форм співпраці банків при фінансуванні експортно-імпорتنих операцій, міжнародної інвестиційної діяльності, міжнародних розрахунків. Нові можливості у цьому напрямку дає застосування технології блокчейн, адже Україна входить до топ-14 країн за використанням цієї технології.

Література

1. Александрова Л. Бізнес-ангели інвестиційних проектів / Л. Александрова [Електронне джерело] – Режим доступу: http://www.ufin.com.ua/analit_mat/sdu/108.htm
2. Банківське кредитування в Україні: посткризове перезавантаження: Монографія / [С.М. Аржевітін, Т.С. Шемет, Н.В. Циганова та ін.]; за ред. С.М. Аржевітіна. – Київ: КНЕУ. 2017. – 408 с.
3. Омельчук Н. ТОП-10 фінтех-стартапов, способных убить банки / Н. Омельчук [Електронне джерело] – Режим доступу: <https://psm7.com/articles/top-10-fintex-startapov-sposobnyx-ubit-banki.html>

Оксана Швидка
к. е. н., доцент кафедри економіки підприємств,
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,
Oks_Shvydka@i.ua
Ірина Левченко
студентка 6 курсу
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,
ilevchenko94@gmail.com

ОБҐРУНТУВАННЯ НЕОБХІДНОСТІ РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА В УКРАЇНІ

ОБОСНОВАНИЕ НЕОБХОДИМОСТИ РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ В УКРАИНЕ

REASONING THE NECESSITY OF DEVELOPING THE INNOVATIVE DEVELOPMENT STRATEGY OF THE ENTERPRISE IN UKRAINE

Анотація. В роботі запропоновані необхідні шляхи для підвищення економічної ефективності стратегії інноваційного розвитку підприємства в Україні за рахунок впровадження інноваційних розробок у виробничий процес та запровадження гнучкої системи управління організацією відповідно до сучасних ринкових умов.

Аннотация. В работе предложены необходимые пути для повышения экономической эффективности стратегии инновационного развития предприятия в Украине за счет внедрения инновационных разработок в производственный процесс и внедрение гибкой системы управления организацией в соответствии с современным рыночным условиям.

Abstract. The paper proposes the necessary ways to increase the economic efficiency of the innovation development strategy of the company in Ukraine by introducing innovative developments into the production process and introducing a flexible organization management system in accordance with current market conditions.

Актуальність дослідження засвідчують сьогоднішні зміни у економіці, до яких підприємство змушене адаптуватись і перебувати у постійному пошуку нових інноваційних механізмів, засобів, інструментів підвищення конкурентоспроможності. При цьому, метою розробки і реалізації інноваційної стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства слід вважати досягнення підприємством динамічного фінансово-економічного розвитку та послідовне його стратегічне перетворення на конкурентоспроможний комплекс в низько привабливому інвестиційному середовищі.

На сьогоднішній час, дуже важливою проблемою будь-якого із підприємств, яке працює в сучасних ринкових умовах є проблема його виживання і забезпечення безупинного ефективного стратегічного розвитку. Найефективнішим рішенням цієї проблеми полягає саме в тому, щоб створити та реалізувати конкурентні переваги, які певною мірою можуть бути досягнуті на основі розроблення ефективної стратегії розвитку підприємства.

Економічна стратегія загалом та інноваційна зокрема розробляються для того, щоб отримати якомога чіткіше уявлення про майбутній розвиток підприємства. Її розробка потребує активного використання системного підходу, який забезпечує складній організації певну збалансованість і загальний напрям розвитку.

Стратегія інноваційних нововведень включає в себе об'єднання цілей технічної політики та політики капіталовкладень і направлена на впровадження різноманітних нових технологічних розробок і видів продукції, послуг. В даному розумінні впровадження стратегічного управління інноваціями орієнтується на досягненні майбутніх результатів безпосередньо через інноваційний процес.

Техніко-технологічні інновації становлять базис інноваційного розвитку будь-якої організації (та суспільства загалом), для чого необхідно розробляти та реалізовувати інноваційну стратегію. При цьому у сучасних умовах важливого значення набуває інтеграція

інноваційної стратегії у різні функціональні напрями діяльності підприємства. Звідси зростає кількість різновидів інновацій, впровадження яких дозволяє суттєво підвищувати прибутковість та можливості розвитку підприємства.

Підвищення конкурентоспроможності підприємства повинно передбачати розробку інноваційної стратегії, яка буде враховувати загальну сукупність торгово-технологічних, маркетингових, логістичних, соціально-мотиваційних та інших заходів досягнення високого конкурентного статусу. При цьому, підприємствам необхідно враховувати низку чинників, що впливають на ефективність упровадження інноваційної стратегії підвищення конкурентоспроможності, а саме ті з них, які обумовлені рівнем концентрації конкурентної боротьби, фінансовим потенціалом інвесторів і покупців, кон'юнктурою ринку, рівнем доступності до фінансово-кредитних ресурсів.

В сучасних умовах світовий економічний розвиток залежить від головної ознаки конкурентоспроможності, а саме інноваційності, тобто можливості системи до безперервного розвитку, оновлення та зміни діяльності на основі освоєння підприємствами інноваційних розробок сьогодення. Інноваційний розвиток підприємства означає використання ним наявного науково-технічного, інформаційного та інтелектуального потенціалу для підвищення подальшого розвитку підприємства, підвищення результатів його діяльності та якості продукції, яку пропонує своїм споживачам.

Інноваційний розвиток підприємства ґрунтується на процесі удосконалення, відкриття нового, тобто на ефективне засвоєння та впровадження інноваційних розробок, спрямованих на оновлення технологій, технічного обладнання, організації самого процесу виробництва та розроблення нової продукції, так і на проведення соціальних інновацій, які спрямовані на ефективну зміну поведінки співробітників підприємства для отримання запланованих результатів. Саме об'єднання всіх цих складових дозволяє системі не тільки вижити в умовах загостреної конкуренції, але й досягти необхідного високого рівня конкурентоспроможності підприємства [1, с. 250-290].

Реалізувати конкурентні переваги та підвищити свою конкурентоспроможність підприємству можна лише за допомогою правильного вибору інноваційної стратегії та механізму ефективної її реалізації. Вибір інноваційної стратегії, головним чином, залежить від ресурсів, якими воно володіє підприємство, і від того, які конкурентні переваги формуються при використанні цих ресурсів [2, с. 50-85].

Вплив інноваційності на формування конкурентоспроможності здійснюється завдяки (рис. 1).

Отже, для того щоб реалізувати свої конкурентні переваги, підприємству слід забезпечити повне використання усіх внутрішніх ресурсів шляхом здійснення інноваційних заходів щодо досягнення високої гнучкості виробництва, постійного оновлення продукції, впровадження високотехнологічних способів виробництва, забезпечення високої якості продукції при мінімальних витратах, високого рівня сервісного обслуговування з урахуванням вимог споживачів, оперативного впливу на витрати виробництва, створення ефективної системи управління підприємством, яка буде здатною реагувати на зміни у зовнішньому та внутрішньому середовищі.

Стрімкий розвиток науково-технічного прогресу, що відбувається на світовому ринку, має свій особливий вплив на сутність усіх економічних процесів на підприємстві.

Перехід української економіки до ринкових умов функціонування супроводжується зростаючим науково-технічним і технологічним відставанням від індустріально розвинених країн, але вітчизняний народногосподарський комплекс має для цього достатній науковий і технічний потенціал. Один із основних недоліків у розвитку інноваційної сфери підприємств полягає у відсутності ефективної методики управління зазначеними процесами, що відповідала б національним особливостям та забезпечувала ефективний розвиток інноваційного потенціалу підприємства [4, с. 96-107].



Рис. 1. Вплив інноваційності на формування конкурентоспроможності [3, с. 111-125]

Успішність реалізації інноваційної стратегії підприємства залежить в першу чергу від збалансованого та комплексного впровадження інноваційних процесів у чотирьох основних сферах: фінанси, ринкове становище, внутрішні виробничі процеси та управління персоналом [5, с. 243-245].

Результатом вдосконалень інноваційних заходів можуть бути: застосування новітніх методів у різних функціональних сферах діяльності підприємства: управління, маркетинг, НДДКР, продажі, фінанси, кадри, перехід до нових організаційних структур, застосування нових видів ресурсів і нових підходів до використання традиційних ресурсів.

Для того щоб реалізувати свої конкурентні переваги, підприємству слід забезпечити повне використання усіх внутрішніх ресурсів шляхом здійснення інноваційних заходів щодо досягнення високої гнучкості виробництва, постійного оновлення продукції, впровадження високотехнологічних способів виробництва, забезпечення високої якості продукції при мінімальних витратах, високого рівня сервісного обслуговування з урахуванням вимог споживачів, оперативного впливу на витрати виробництва, створення ефективної системи управління підприємством, яка буде здатною реагувати на зміни у зовнішньому та внутрішньому середовищі.

Література

1. Соціально-економічний розвиток України на початку XXI сто ліття: Зб. доп. 76-ї наук. конф. студ. КНЕУ. 22—23 квіт. 2007р. /Відп. за вип.: М. І. Мирун, О. А. Петухова. —К.: КНЕУ, 2009. —390 с.
2. Качмарик Я. Д. Економічний механізм забезпечення конкурентоспроможності торговельного підприємства: моног. / Я. Д. Качмарик, П. О. Куцик, Р. Л. Лупак, І. Я. Качмарик. – Львів: Літературна агенція «Піраміда», 2012. – 208 с.
3. Лановська, Г. І. Методичні підходи до оцінки інноваційної політики підприємств спиртової промисловості : монографія / Г. І. Лановська, Т. А. Говорушко. – К.: МВЦ «Медінформ», 2013. – 204 с.
4. Микитюк П. П. Аналіз впливу інвестицій та інновацій на ефективність господарської діяльності підприємства : [монографія] / П. П. Микитюк. – Тернопіль : Економічна думка, 2006. – 295 с.
5. Єфремов О.С. Управління розробкою стратегії інноваційної діяльності підприємства з використанням показників оперативної діяльності// Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2012. – №37. – С. 243-245.

УДК 338.439

Лідія Шергіна

*к.е.н., доцент кафедри економіки підприємств
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,*

lidiyashergina@ukr.net

Алла Жемба

к.е.н., доцент кафедри міжнародних економічних відносин НУВГП,

a.i.zhemba@nuwm.edu.ua

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ В УМОВАХ ПОСИЛЕННЯ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ПРОЦЕСІВ

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ В УСЛОВИЯХ УСИЛЕНИЯ ГЛОБАЛИЗАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ

MODERN DEVELOPMENT TRENDS IN CONDITIONS OF STRENGTHENING GLOBALIZATION PROCESSES

Анотація. В роботі досліджено проблеми інноваційної реструктуризації вітчизняної економіки, розглянуто потреби ефективного наукового забезпечення економічного зростання. Запропоновано заходи, які сприятимуть інноваційному розвитку у сфері підтримки малого та середнього бізнесу.

Аннотация. В работе исследованы проблемы инновационной реструктуризации отечественной экономики, рассмотрены потребности эффективного научного обеспечения экономического роста. Предложены меры по содействию инновационному развитию малого и среднего бизнеса.

Annotation. The problems of innovative restructuring of the domestic economy are investigated, the needs of effective scientific support of economic growth are considered. Measures to promote the innovative development of small and medium-sized businesses are proposed.

Дослідження інноваційно-інвестиційних процесів як складової економічного зростання за умов глобалізації зумовлене тим, що подальший економічний розвиток країн світу можливий лише на засадах інноваційності. Недостатнє впровадження інноваційних технологій в країнах обмежує їх конкурентоспроможність у глобальному виробництві та є причиною значного впливу на навколишнє середовище на регіональному рівні [1].

В сьогоденньому інформатизованому суспільстві розширились межі глобалізації та виникли нові форми економічних взаємовідносин, посилилась взаємозалежність економік різних країн. На перше місце постає інтелектуальна праця, знання, технології, науково-

технічні розробки. Світова модель інноваційного розвитку визначає відправним фактором суспільного прогресу якісні внески в людський потенціал, по відношенню до яких культура виробництва, продуктивність праці та інші пріоритети вважаються вторинними.

Економічні відносини, що складаються між країнами, в умовах зростаючої взаємозалежності та дії факторів глобалізації передбачають формування такої системи економічних зв'язків між державами, яка б забезпечувала усталений, систематичний, передбачуваний та керований їх характер.

Розвиток економіки країни базується на можливостях інноваційного розвитку суб'єктів господарювання, транснаціональних структур. Можливості бізнесу оновлювати виробничі засоби залежать від доступності джерел фінансування. Для накопичення капіталу на реновацію основних фондів бізнесу не вистачає обігового капіталу, оскільки в умовах несприятливого економічного середовища спостерігається різка зміна попиту і пропозиції. Підприємці не убезпечені від ризику недоотримання прибутку, відповідно, працюють на обладнанні, яке морально та фізично застаріло. Така ситуація не сприяє інноваційній активності.

З іншої сторони, Україна має досить потужний потенціал за рахунок географічного розташування, наявності мінерально-сировинних, земельних ресурсів. За наявності певних умов вітчизняна промисловість здатна виступити потужним постачальником на світовий ринок наукомісткої продукції: широкофюзеляжних літаків та аерокосмічних систем, сучасних суден, виробів енергетичного машинобудування; медичних препаратів, окремих видів військової техніки, і бути експортером ряду сучасних технологій та зразків наукомісткої продукції. За підрахунками, в країні наявні незадіяні виробничі потужності, які становлять майже 40%, що також являється фактором розвитку промислового комплексу та гостро потребує інновацій [2, с.17].

Підприємництво забезпечує надходження податків до бюджету, виконує соціальну функцію по створенню робочих місць, суттєво впливає на ВВП країни, а тому інноваційна модель розвитку економіки вплине на конкурентоспроможність продукції вітчизняного виробника, забезпечить підвищення середньорічних темпів зростання ВВП.

В умовах посилення глобальних процесів *інноваційна реструктуризація промислового комплексу* сприятиме впровадженню прогресивних форм організації виробництва, які спроможні забезпечити замкнутий технологічний цикл з високою створеною доданою вартістю. В умовах обмеженого фінансування саме такі структури здатні до ефективного використання залученого капіталу при впровадженні інноваційних проектів. До них відносяться промислові корпорації, промислово-фінансові та холдингові групи, промислові кластери, IT-кластери.

Інноваційна реструктуризація промислового комплексу потребує відповідного наукового супроводу. Науково-технічний потенціал країни сконцентрований на початкових стадіях циклу інноваційного процесу. Науково-дослідні установи, висококваліфіковані науково-технічні кадри, результати фундаментальних та прикладних наукових досліджень мають перспективи для комерціалізації. Однак практичні аспекти координації взаємодії науки з виробництвом, ефективного використання вітчизняних науково-технологічних здобутків, орієнтування науково-технічної діяльності на потреби економіки не застосовуються в повній мірі. Постає питання об'єднання зусиль державних органів, наукових установ та підприємницьких структур щодо взаємодії та отримання вигоди при впровадженні інновацій.

Таким чином, першочерговими заходами щодо інноваційного розвитку України є: розробка та обґрунтування науково-методологічної парадигми інноваційної економіки; системність влади в оцінюванні та використанні інноваційного потенціалу вітчизняних підприємств; ефективне державне управління інноваційною діяльністю на основі стратегії науково-технологічного та інноваційного розвитку; послідовна та виважена зовнішньоекономічна політика; розробка механізму реалізації пріоритетів розвитку науково-технологічної сфери; координація дій суб'єктів інноваційної діяльності; формування

науково-виробничих кластерів з метою доступності фінансових ресурсів для впровадження інноваційних розробок; удосконалення нормативно-правової системи регулювання і стимулювання інноваційної діяльності; формування в Україні розвинутого ринку інноваційної продукції, удосконалення системи захисту інтелектуальної власності; планомірне проектне формування в Україні сучасного і масштабного ринку інноваційної продукції.

Література

1. Єрохін С. А. Трансформаційний процес та його структуризація / С. А. Єрохін // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – № 2 (44). – С. 4-12.
2. Жемба А.Й. Світові тенденції впливу інноваційних факторів на економічний розвиток країн в умовах глобалізації /А.Й.Жемба//Наукові записки. Серія «Економіка». - Випуск 21. - Острог: Видавництво НУ «Острозька академія», 2013. – С.16-19.

УДК 330:341

Олександр Шульга
аспірант кафедри економіки підприємств,
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,
alexshulcman@gmail.com

ІНОВАЦІЙНІ БІЗНЕС-МОДЕЛІ В УМОВАХ НОВОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

ИННОВАЦИОННЫЕ БИЗНЕС-МОДЕЛИ В УСЛОВИЯХ НОВОЙ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

INNOVATIVE BUSINESS MODELS IN THE CONDITIONS OF NEW GLOBALIZATION

Анотація. Охарактеризовано інноваційні бізнес-моделі, які виникли за умов нової глобалізації. Визначено основні чинники впливу та проаналізовано їх взаємозв'язок з формуванням і розвитком інноваційних бізнес-моделей.

Аннотация. Охарактеризованы инновационные бизнес-модели, которые появились в условиях новой глобализации. Найдены основные факторы влияния, и проанализирована их взаимосвязь на формирование и развитие инновационных бизнес-моделей.

Abstract. The paper examines the innovative business models that emerged under the conditions of a new globalization. Found the main factors of influence, and analyzed their relationship to the formation and development of innovative business models.

Злиття технологічних, соціальних та геополітичних чинників впливу на макросередовище підприємницької діяльності принципово змінило моделі ведення бізнесу в усьому світі. Відбулося радикальне переосмислення сучасних аспектів глобалізації шляхом поєднання зростаючого економічного націоналізму, розширеного охоплення цифрових технологій та зміни поведінки споживачів. Таким чином, утворилися нові характеристики глобалізації, за якої світова економіка стала ще більш пов'язаною та залежною від всіх її суб'єктів. Проте, значна кількість бізнес-структур у цій трансформованій глобальній економіці знаходять потенціал для свого розвитку. І в багатьох випадках можливості розвитку виникають внаслідок формування інноваційних бізнес-моделей [1, с.354-363]. Ці моделі у меншому ступені засновані на характеристиках реальних активів та обсягах інвестицій, та у більшому - на використанні цифрового зв'язку та входженні до глобальних екосистем. Для адаптації до конкурентного середовища в новій глобальній ері науковці виокремлюють такі бізнес-моделі [2, с.1-7]:

- модель транскордонного обслуговування, при якій основна увага приділяється наданню сервісних послуг для кінцевих міжнародних споживачів;

- модель з “полегшеними” активами, більшість з яких компанія залучає на основі аутсорсингу;
- модель додавання вартості за допомогою програмного забезпечення, при якій модифікуються або розширюються можливості існуючого апаратного та програмного забезпечення, і на цій основі до основного, наприклад, апаратного забезпечення додається новий програмний продукт з доданою вартістю;
- модель глобальних цифрових екосистем, яка пропонує формувати сучасні організації у вигляді взаємодії людей та різних цифрових помічників (інтернет речей, робототехніки тощо);
- модель глобальної персоналізації, при якій виникає накопичення даних про поведінку кінцевих споживачів, і за допомогою штучного інтелекту вивчаються їх вподобання;
- модель багатоканального (розподіленого) виробництва, де створення кінцевого продукту розподіляється на декілька країн (приклад – розподілена збірка автомобілів, коли окремі складники виробляються в одній країні, а збірка автомобіля в іншій).

Для розуміння цих нових бізнес-моделей та природи їх результативності, важливо визначити технологічні, геополітичні та суспільні сили, які впродовж останнього десятиліття суттєво змінили економіку багатьох глобальних галузей, до яких доцільно віднести такі [3, с.131-147].

По-перше, підключення до мережі Інтернет і об'єднання користувачів та бізнес-структур на основі цифрових технологій забезпечує зниження витрат на отримання даних та можливості програмних функцій, які полегшують доставку послуг до кінцевих споживачів. Ця тенденція буде прискорюватись, тому що кількість користувачів Інтернету, станом на кінець 2017 року, наблизилася до 4 мільярдів. Прогнозується, що кількість підключених цифрових пристроїв зросте до 21 млрд. до 2020 року, тобто, збільшиться більш ніж втричі порівняно з 2017 роком [4, с.2-4].

По-друге, це аналіз даних і штучний інтелект. Швидкий прогрес в аналізі даних дає компаніям можливість отримувати важливу інформацію про глобальні ринки та клієнтів через транскордонні потоки даних, які, як очікується, збільшаться втричі до 2020 року, тоді як витрати на зберігання даних знизяться. Кількість робочих місць, пов'язаних із аналітикою даних, за останні десять років зростає в 20 разів [4, с.2-4].

По-третє, все більш потужні глобальні платформи суттєво впливають практично на кожну традиційну галузь економіки і забезпечують понад 30% річного приросту транскордонної електронної комерції, яка, за прогнозами експертів галузі, до 2020 року становитиме 1 трлн доларів США [4, с.5-6]. За допомогою цифрових платформ компанії зможуть приєднатись до глобальних цифрових ринків. Консолідація покупців, продавців і продуктів на цих платформах знижує рекламні витрати в перерахунку отримання одного клієнта та знижує постійні витрати на виконання замовлень.

По-четверте, це розвиток Індустрії 4.0. Розвинені можливості виробництва, такі як 3D-друк, розширення робототехніки, спільна робота в реальному часі та цифрові прототипи та системи управління виробництвом, за прогнозами аналітиків рейтингових агенств, збільшать продуктивність до 30% і скоротять витрати на оплату праці в середньостроковій перспективі [4, с.7-10].

По-п'яте, це зв'язок та мобільні споживачі. Світові споживачі не тільки все більше з'єднуються цифровим способом, вони також подорожують більше. За даними Всесвітньої організації туризму, у 2017ці було зроблено 1,2 мільярди міжнародних поїздок, що приблизно на 30% більше, ніж з 2010 року [4, с.11-12]. Окрім того, соціально обізнані особи, що мають цифровий зв'язок, взаємодіють у світі, змінюючи послідовність попиту та пропозиції на глобальному рівні.

Таким чином, формування і розвиток інноваційних бізнес-моделей є можливим завдяки технологічним, геополітичним та суспільним силам, що змінюють архітектуру глобального

бізнесу, і дозволяють компаніям використовувати значні можливості для зростання у вигляді доступу до нових ринків та нових способів додавання вартості для своїх клієнтів.

Література

1. *Chesbrough H.* Business Model Innovation: Opportunities and Barriers // Long Range Planning. Vol. 43, -2010 - No 2/3.
2. *Lindgardt Z., Hendren C.* Doing Something New with Something Old: Using Business Model Innovation to Reinvent the Core. - 2016 - N.Y.BCG.
3. *Kaplan S.* The Business Model Innovation Factory: How to Stay Relevant When the World Is Changing. N.Y.: - 2012 - Wiley.
4. *Lindgardt Z., Reeves M. Stalk G., Deimler M.* Business Model Innovation: When the Game Gets Tough, Change the Game. -2017- N. Y.BCG.

УДК 330.15:504.062

Ярослава Яковенко
аспірантка,

Кременчуцький національний університет ім. М.
Остроградського, yaroslavayakovenko@gmail.com

ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ ЯК ЧИННИК ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ ГІРНИЧОДОБУВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

ВНЕДРЕНИЕ ИННОВАЦИЙ КАК ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ГОРНОДОБЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

INNOVATIONS AS A FACTOR OF PROVIDING SUSTAINABLE DEVELOPMENT FOR MINING ENTERPRISES

Анотація. Гірничодобувне підприємство, впроваджуючи інновації, стає не лише окремим об'єктом господарської діяльності в межах концепції сталого розвитку, а й суб'єктом сталого розвитку суспільства. Ефективність діяльності гірничодобувних підприємств значною мірою визначається тим, наскільки ефективно використовуються наявні ресурси та інноваційний потенціал, що слугує основою їх сталого розвитку. Визначено важливість поступового переходу підприємств гірничодобувної галузі до стійкого розвитку, наведено поетапний опис впровадження фреймворку DPSEEA у діяльність та наголошено увагу на впровадженні інновацій як його чинника.

Аннотация. Горнодобывающее предприятие, внедряя инновации, становится не только отдельным объектом хозяйственной деятельности в рамках концепции устойчивого развития, но и субъектом устойчивого развития общества. Эффективность деятельности горнодобывающих предприятий в значительной степени определяется тем, насколько эффективно используются имеющиеся ресурсы и инновационный потенциал, который служит основой их устойчивого развития. Определены важность постепенного перехода предприятий горнодобывающей отрасли к устойчивому развитию, приведено поэтапное описание использования фреймворка DPSEEA и обращено внимание на внедрение инноваций как его фактора.

Annotation. The mining enterprise while innovating becomes not only a separate object of the economic activity but also a part of the sustainable development of society. The efficiency of mining enterprises is largely determined by the extent to which the available resources and innovative potential are used, which can be a basis for their sustainable development. The importance of conversion of mining industry enterprises to sustainable development is determined as well as the attention to the step-by-step description of the use of the DPSEEA framework and introduction of innovations as its factor is paid.

Засади стійкого розвитку стали однією з основних парадигм глобального прогресу у ХХІ ст. Дана концепція передбачає гуманізацію і екологізацію основ економіки. Поступовий перехід до принципів сталого господарювання проявляється у всіх галузях, у тому числі гірничодобувній промисловості.

Під впливом концепції сталого розвитку принципи функціонування промисловості сьогодні динамічно змінюються. Зокрема, широко впроваджується автоматизація та механізація, широке використання аналітичних даних для оптимізації виробничого процесу. В умовах вирішення завдань усебічної модернізації економіки актуальною стає необхідність розроблення та застосування на практиці інновацій як чинника забезпечення сталого розвитку промислових підприємств.

Основа стійкого розвитку окремого підприємства – це одночасна взаємодія кількох видів ефективності (економічної, екологічної та соціальної), збалансованість яких дозволяє забезпечувати подальший розвиток [1].

Засади сталого розвитку можуть стати каталізатором подальших змін, у тому числі інновацій. Гірничодобувне підприємство, впроваджуючи інновації, стає не лише окремим об'єктом господарської діяльності в межах концепції сталого розвитку, а й суб'єктом сталого розвитку суспільства, оскільки діяльність гірничодобувних компаній порушує екологію середовища, у межах якого функціонує, та, у разі недотримання принципів сталого/стійкого розвитку, може бути причиною низького рівня соціальних стандартів життя населення на території функціонування.

Спочатку трактування стратегії стійкого розвитку у гірничодобувній галузі зводилося до контролю за викидами вуглецю та підтримки місцевих громад. Стійкий розвиток сучасного гірничодобувного підприємства забезпечується за рахунок науково-технічного розвитку та впровадження інновацій з метою покращення результативності поточної діяльності, а також майбутнього потенціалу підприємства без завдання шкоди для майбутніх поколінь. Забезпечення таких умов для гірничодобувного підприємства можливе у тому разі, коли наявне прозоре ведення своєї діяльності, а елементи стійкого розвитку включені в основні операції компанії. Тому Організацією економічного співробітництва та розвитку було розроблено декілька науково-методичних підходів (фреймворків) до формування комплексних систем індикаторів сталого/стійкого розвитку, включаючи інноваційну складову [2].

Використання фреймворків дозволяє краще зрозуміти причинно-наслідкові зв'язки впливу діяльності підприємств, у тому числі гірничодобувних, на довкілля та механізми реакції у відповідь на наслідки, що виникають.

Фреймворк DPSEEA model (від англ. Driving forces – Pressure – State – Exposure – Effects – Actions model) як підхід у контексті розробки політики управління стійким розвитком дозволяє сформулювати деталізовані пріоритетні заходи щодо впровадження інновацій на кожному з шести етапів («імпульси діяльності – навантаження – стан – експозиція – результат – дії»).

Пропонуємо детальніше розглянути, яким чином даний підхід може бути адаптовано для гірничодобувних підприємств, аби мати змогу охарактеризувати не лише окремі параметри інновацій, а й сукупність причинно-наслідкових і зворотних зв'язків.

На першому етапі, який отримав назву «Імпульси діяльності», відбувається перехід до довгострокового планування та націленість на інноваційне зростання гірничодобувного підприємства. При цьому під імпульсами діяльності розуміють такі соціальні, економічні та демографічні події, які призводять до змін виробничо-споживчих стандартів.

На другому етапі («Навантаження») планування запровадження стійкого розвитку починається з визначення очікуваного впливу. Першим кроком є проведення базового аналізу процесу видобутку, щоб оцінити поточне споживання ресурсів та вплив на навколишнє середовище. Важливо оцінити продуктивність на всіх етапах видобутку (розвідці, експлуатації, закритті та після закриття). Далі потрібно визначити, на якому етапі в процесі видобутку ініціативи щодо стійкості мають найбільший вплив на життєвий цикл шахти. На даному етапі для підприємств гірничодобувної галузі важливо включити інноваційні методи у корпоративні процеси, попередньо розробивши власний підхід до впровадження інновацій. Також відбувається пошук нових бізнес-моделей, щоб трансформувати інноваційні технології в економічні вигоди.

На третьому етапі («Стан»), коли шахта знаходиться на початкових етапах проектування та можна пом'якшити потенційний негативний вплив, відбувається розширення групи економічних компетенцій, коли науково-дослідні та впроваджувальні роботи здійснюються у партнерстві. Заходи, вжиті на більш пізній стадії, будуть значно дорожчими.

На четвертому етапі («Експозиція») спостерігається комплексний, збалансований підхід до стійкості, який передбачає стратегічну спрямованість компанії за пріоритетними напрямками та швидку адаптацію оскільки фокус та пріоритети змінюються з часом. На даному етапі відбувається розробка стратегії у сфері цифрових технологій, використання яких допомагає покращити процеси планування, контролю та створення вартості.

На п'ятому етапі («Результат») для оцінки запобігання негативному чи екологічному впливу використовується наступна ієрархія: в першу чергу вивчають місце розташування, масштаб діяльності, технології; далі ті дії, які чинять неприйнятний негативний вплив намагаються згорнути або мінімізувати негативні наслідки. Для даного етапу характерним є широке впровадження технологій роботизації та автоматизації. Справедливо зазначити, що певні інновації вже успішно застосовуються: моделювання рудних тіл, використання дронів для геологорозвідувальних операцій, автоматизація процесів тощо [3].

На шостому етапі («Дії») відбувається підтримка та підвищення конкурентоспроможності портфелю операцій гірничодобувної компанії. Заключний етап переходу до стійкого розвитку передбачає також побудову такої «екосистеми» бізнесу, коли через призму стійкого розвитку розглядаються питання будь-якої сфери діяльності.

Загалом інновації допомагають гірничодобувним компаніям скорочувати витрати, оптимізувати процес технічного обслуговування обладнання і запобігати нещасним випадкам на виробництві. Лише точкові інновації радикально не змінять ситуацію, тому компаніям потрібно розробити власний підхід до інновацій, використовуючи фреймворки як шаблони, перебудувати організаційну структуру, залучати необхідні ресурси і фахівців, а також розробити систему оцінки результатів і заохочення.

Таким чином, підхід компаній до забезпечення стійкого розвитку має бути структурованим. Розвиток гірничопромислового комплексу має відбуватися з дотриманням принципів стійкого розвитку, що, в свою чергу, дозволить компаніям віднайти нові джерела подальшого зростання та випередити конкурентів, впроваджуючи інновації.

Література

1. Касич А.О. Звіт про стійкий розвиток як аналітичний інструмент формування корпоративної соціальної відповідальності [Електронний ресурс] / А. О. Касич, Я. Ю. Яковенко // Ефективна економіка. – 2014. – № 10. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3400>.
2. Environmental Indicators: A Preliminary Set; OECD: Paris, France, 2001. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.oecd.org/site/worldforum/33703867.pdf>
3. Tracking the trends 2017. The top 10 trends mining companies will face in the coming year. – Deloitte. – 2016. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www2.deloitte.com/global/en/pages/energy-and-resources/articles/tracking-the-trends.html>

УДК330:005.591.6(477)

Галина Ямненко
к. е. н., доцент кафедри економіки підприємств
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,
yamnenko@kneu.edu.ua

ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

ПРОБЛЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ УКРАИНЫ

PROBLEMS OF PROVIDING INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE ECONOMY OF UKRAINE

Анотація. Інноваційний розвиток неможливий без впровадження досягнень НТП, оновлення виробництва та без освоєння інноваційних важелів конкурентоспроможності економіки. Досягнення успіху в конкуренції, перехід на новий технологічний рівень базуються на формуванні й реалізації ефективної інноваційної стратегії підприємства.

Аннотация. Инновационное развитие невозможно без внедрения достижений НТП, обновления производства и без освоения инновационных рычагов конкурентоспособности экономики. Достижение успеха в конкуренции, переход на новый технологический уровень базируются на формировании и реализации эффективной инновационной стратегии предприятия.

Annotation. Innovative development is impossible without the implementation of the achievements of the NTP, the renewal of production and without the development of innovative leverage of the competitiveness of the economy. Achievement in the competition, transition to a new technological level are based on the formation and implementation of an effective innovation strategy of the enterprise.

У сучасних умовах світовий розвиток господарства характеризується прискоренням темпів науково-технічного прогресу, інтелектуалізацією основних факторів виробництва як провідного чинника забезпечення економічного піднесення більшості країн. Але, в Україні поки що не передбачають простого і прозорого включення до вітчизняних економічних процесів інноваційного чинника, здатного активізувати галузі виробництва та зробити їх конкурентоспроможними.

Україна має значний інноваційний потенціал. Щорічно здійснюється понад 60 тис. науково-технічних розробок, до державного департаменту інтелектуальної власності надходить 35 тис. заявок на об'єкти права промислової власності – винаходи, корисні моделі, промислові зразки, топографії інтегральних мікросхем тощо, видається до 25 тис. охоронних документів (патентів, свідоцтв). Успіхи України за останні 9 років підтверджені нагородженням 47 вітчизняних винахідників золотими медалями Всесвітньої організації інтелектуальної власності (ВОІВ) у різних номінаціях, а семи українським підприємствам з інноваційною діяльністю – присудженням ВОІВ пам'ятного знака особливого зразка [1].

За роки незалежності України майже вдвічі скоротилась кількість інноваційно-активних підприємств, впроваджених ними технологічних процесів та нових видів техніки. Гальмується розвиток високотехнологічних галузей промисловості, що призводить до зниження конкурентоздатності національної економіки.

Якщо оцінювати українську економіку в цілому, то головними проблемами, які обумовлюють її низьку ефективність і конкурентоспроможність, сьогодні є:

- непослідовність попередніх економічних реформ;
- недостатність законодавчої, нормативної, науково-методичної бази впровадження інноваційних технологій і високотехнологічного виробництва; розвитку, зрозумілої державної політики інноваційного розвитку економіки, механізму їх реалізації;
- обмеженість і неефективність фінансування, іншої державної підтримки науки, інноваційних процесів і проектів;
- відсутність економічних стимулів у суб'єктів господарювання до здійснення технологічної модернізації шляхом реалізації інноваційних проектів і програм розвитку;
- низький рівень інноваційної культури населення та слабкий вплив освіти на його зростання;
- відсутність в Україні розвинутого й масштабного ринку інновацій і високих технологій, включаючи їх трансфер;

- недостатня підтримка інноваційної праці, розвитку експортно-орієнтованих і високотехнологічних товаровиробників, які реалізують інноваційну продукцію.

Для усунення цих негативних причин, які виникли за попередній період становлення вітчизняної економіки, необхідно розробити більш досконалий і сучасний механізм її якісної та системної модернізації.

Необхідно забезпечити результативність і конкурентоспроможність вітчизняного інноваційного сектора і розробок. Це можна здійснити шляхом розвитку передової освіти, підвищення ефективності та конкурентоспроможності вітчизняного сектора наукових досліджень і розробок, забезпечення інтеграції академічної та університетської науки, вищої освіти з процесами розвитку економіки та виробництва. Також важливо здійснювати фінансово-кредитну підтримку інноваційних проектів і програм, удосконалювати виробничо-технологічну інноваційну інфраструктуру. Держава, у свою чергу, повинна стимулювати пріоритетні для економіки галузі та забезпечувати захист вітчизняних інтересів товаровиробників.

Податкова система має сприяти тому, щоб розроблення нової продукції й технології було прибутковішим, ніж безпосереднє виробництво, відповідно виробництво було прибутковішим за торгівлю, а торгівля – більш прибутковою за банківсько-фінансову діяльність.

Стимулювання інноваційного розвитку має бути пріоритетом економічної політики України. Шляхом створення умов для посилення інвестиційної та створення умов для підвищення інноваційної активності закладається підґрунтя для підвищення якості економічного потенціалу, посилення конкурентоспроможності не лише високотехнологічних підприємств, а й держави в цілому. З цією метою стратегія інноваційної розвитку повинна:

- передбачити в бюджеті кошти на фінансування інноваційних проектів;
- забезпечити допомогу в оформленні заявок на фінансування інноваційних розробок і пропозицій у відповідні програми ЄС;
- забезпечити державну підтримку стимулювання інвестицій та інновацій у малому бізнесі;
- створювати умови для створення взаємопов'язаних комплексів наукових, технологічних та виробничих розробок, що охоплюють всі сфери суспільного відтворення.

Національна стратегія розвитку має інтегрувати як конкретні заходи загальнодержавного та регіонального прогресу, котрі здійснюються за прямого бюджетного фінансування і реалізують пріоритетні цілі розвитку, так і здійснення економічними суб'єктами інноваційної діяльності, інвестицій інноваційного характеру, а також збільшення пропозиції інноваційної продукції, технологій і знань.

Література

1. Паладій М. Трансформація інтелектуального капіталу в матеріальні та духовні блага – основа інноваційного розвитку національної економіки // Інтелектуальна власність. – 2010. – №11. – С. 11-15.

Секція № 2.

Підприємницьке право та державне стимулювання інноваційного підприємництва

УДК 346.21

Надіра Ільницька
ст. викладач кафедри правового регулювання економіки
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»
nadira.ilnytska@kneu.edu.ua

ПИТАННЯ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ДЕРЖАВНОЇ РЕЄСТРАЦІЇ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

ВОПРОСЫ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ РЕГИСТРАЦИИ СУБЪЕКТОВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

QUESTIONS OF LEGAL REGULATION OF PUBLIC REGISTRATION FOR SUBJECTS OF ENTREPRENEURSHIP ACTIVITY

Анотація. В роботі розглядаються питання нормативно-правового регулювання процедури державної реєстрації суб'єктів підприємницької діяльності, висвітлюються останні зміни до законодавства в сфері державної реєстрації, зокрема, до закону України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань» від 15.05.2003, аналізується вплив державної процедури легалізації юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців на загальний стан розвитку підприємництва в Україні.

Анотация. В работе рассматриваются вопросы нормативно-правового регулирования процедуры государственной регистрации субъектов предпринимательской деятельности, освещаются последние изменения в законодательстве касательно государственной регистрации, в частности, в Закон Украины «О государственной регистрации юридических лиц, физических лиц-предпринимателей и общественных формирований» от 15.05 2003, анализируется влияние государственной процедуры легализации юридических лиц и физических лиц-предпринимателей на общее состояние развития предпринимательства в Украине.

Abstract. The issues of regulatory and legal regulation of the procedure for state registration of business entities are considered, the latest changes to the legislation in the field of state registration, in particular, the Law of Ukraine "On State Registration of Legal Entities, Individuals - Entrepreneurs and Public Formations", dated 15.05 2003, the influence of the state procedure of legalization of legal entities and individuals-entrepreneurs on the general state of development of entrepreneurship in Ukraine is analyzed.

Державна реєстрація суб'єктів підприємництва є важливою процедурою легалізації (узаконення) діяльності юридичних осіб і фізичних осіб-підприємців, яка значно впливає на розвиток підприємництва, а отже на економіку в цілому. Крім того, ця процедура є елементом контролю з боку держави щодо допущення окремих суб'єктів до діяльності в сфері господарювання і їх обліку шляхом внесення відомостей до Єдиного державного реєстру. Отже, державна реєстрація є формою державного регулювання підприємницької діяльності. Зміни в законодавстві про державну реєстрацію, які відбулися останнім часом і спричинили ряд позитивних зрушень у питаннях вдосконалення, спрощення процедур державної реєстрації, заслуговують на окрему увагу.

Основним завданням даної роботи є аналіз стану правового регулювання державної реєстрації суб'єктів підприємницької діяльності та останніх змін в законодавстві про державну реєстрацію.

Ст. 42 Конституції України закріплено право кожної людини і громадянина на підприємницьку діяльність, не заборонену законом. Це право може бути реалізоване шляхом заснування юридичної особи, що буде здійснювати підприємницьку діяльність і приносити

прибуток або самостійного індивідуального підприємництва без створення юридичної особи і з можливістю найму працівників (в якості фізичної особи-підприємця).

Норми, що регламентують порядок утворення і державної реєстрації юридичних осіб і фізичних осіб-підприємців містяться в Цивільному кодексі України (ст. 50, 87-89)[1] та Господарському кодексі України (ст. 56-58, 128)[2]. Та обидва кодекси безпосередньо не визначають порядок державної реєстрації, а лише містять відсилочні норми про те, що такий порядок встановлено законом. Таким чином, робимо висновок, що порядок державної реєстрації юридичних осіб і фізичних осіб, які є суб'єктами підприємницької діяльності, може регламентуватися лише законом[3, с.77] Це свідчить про важливість даної процедури для належного регулювання відносин в сфері економіки і підприємництва.

Спеціальним законом в цій сфері є Закон України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб- підприємців та громадських формувань» від 15.05.2003р.[4] (далі – Закон про держреєстрацію).

Слід відмітити, що зміна характеру взаємовідносин держави і особи в сторону партнерських (на відміну від односторонньо-владних за радянського минулого), змінила і підходи держави до допуску приватних суб'єктів до господарського та цивільного обороту. Якщо раніше домінувала концесійна (дозвільна) система державної реєстрації, що було проявом недовіри й побоювань держави щодо ініціативи приватних осіб, то сьогодні на її місце внаслідок демократичних перемог приватних осіб над державою у питання свободи створення союзів та установ прийшла явочна (заявна) система [5, с.6] Її суть полягає у визначенні законом певних умов, яким має відповідати суб'єкт підприємницької діяльності, і за дотримання цих умов суб'єкт набуває права здійснювати свою діяльність. В такому вигляді державна реєстрація стає не способом «відбору» та системою перепон, а державною, адміністративною послугою, направленою на реалізацію конституційного права на підприємницьку діяльність.

Так, Законом про держреєстрацію введено єдиний механізм реєстрації суб'єктів господарювання всіх організаційно-правових форм і форм власності; реалізовано явочний принцип створення нових юридичної особи або фізичної особи-підприємця; запроваджено принцип "єдиного вікна" у сфері реєстрації; спрощено порядок реєстрації для підприємців; скорочено терміни реєстрації за рахунок впровадження електронного обліку; створено інститут державних реєстраторів, який забезпечує процес реєстрації та несе відповідальність за правильність процедур реєстрації; створено Єдиний державний реєстр; автоматизовано роботу державного реєстратора за рахунок повної (введення, коригування і відправки/отримання даних до/з Єдиного державного реєстру).

Зміни, запроваджені в 2003 році Законом про держреєстрацію, були суттєві, але потребувалося подальше вдосконалення і спрощення процедури державної реєстрації. І тому, 26 листопада 2015 року було прийнято Закон України «Про внесення змін до Закону України "Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб - підприємців" та деяких інших законодавчих актів України щодо децентралізації повноважень з державної реєстрації юридичних осіб, фізичних осіб - підприємців та громадських формувань». Таким чином, була прийнята нова редакція Закону про держреєстрацію.

Які ж нововведення знайшли в ній своє відображення? По-перше, дія Закону про держреєстрацію тепер поширюється на державну реєстрацію всіх юридичних осіб незалежно від організаційно-правової форми, форми власності та підпорядкування, громадських формувань, що не мають статусу юридичної особи, та фізичних осіб - підприємців; по-друге, стала можливою електронна форма державної реєстрації (паралельно з паперовою) шляхом подання відповідних документів через портал електронних сервісів; по-третє, розгляд документів, поданих для державної реєстрації та проведення інших реєстраційних дій щодо юридичних осіб та фізичних осіб - підприємців проводиться протягом 24 годин після надходження документів (крім вихідних і святкових днів); розширено коло осіб (органів), вповноважених провести процедуру державної реєстрації юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців. Тепер крім державних реєстраторів Міністерства юстиції право на проведення

реєстрації юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців мають право виконати місцевих рад і держадміністрації, нотаріуси, акредитовані суб'єкти; по-п'яте, замість реєстраційної картки заявник подає відповідну заяву (залежно від виду реєстраційної дії). Форми таких заяв затверджені наказом Міністерства юстиції України від 18.11.2016 р. № 3268/5 «Про затвердження форм заяв у сфері державної реєстрації юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців та громадських формувань»; по-шосте, технічний адміністратор Єдиного державного реєстру зобов'язаний самостійно передати відомості про проведення відповідної реєстраційної дії (створення, припинення, внесення змін до установчих документів тощо) доцентрального органу виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері статистики, та центрального органу виконавчої влади, що реалізує єдину державну податкову політику та державну політику з адміністрування єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування; по-сьоме, визначено вимоги до змісту рішення про припинення юридичної особи (відомості про персональний склад комісії з припинення (комісії з реорганізації, ліквідаційної комісії), її голову або ліквідатора, про порядок та строк подання кредитором заяв своїх вимог; по-восьме, уніфіковано в одній нормі (ст. 17) загальні вимоги до всіх реєстраційних дій, які стосуються юридичної особи: створення юридичної особи; внесення змін до відомостей про юридичну особу, які містяться в Єдиному державному реєстрі; припинення юридичної особи [6]; по-дев'яте, введено процедуру адміністративного оскарження рішень державних реєстраторів до Міністерства юстиції України та його територіальних органів або до суду, передбачено тимчасове блокування та анулювання доступу до реєстру або скасування акредитації в якості відповідальності суб'єктів державної реєстрації за порушення у сфері державної реєстрації; та інші новели.

На виконання Закону про держреєстрацію Міністерством юстиції України 9.02.2016 р. затверджено «Порядок державної реєстрації юридичних осіб, фізичних осіб - підприємців та громадських формувань, що не мають статусу юридичної особи», в якому детально регламентується процедура державної реєстрації. Також законодавством передбачено можливість проходження процедури державної реєстрації у скорочені строки відповідно до Постанови Кабінету Міністрів України від 25.12.2015 № 1133 «Про надання послуг у сфері державної реєстрації юридичних осіб, фізичних осіб - підприємців та громадських формувань у скорочені строки».

На сьогоднішній день стан нормативно-правового регулювання процедури державної реєстрації суб'єктів підприємництва знаходиться на належному рівні та свідчить про прагнення держави до створення реальних умов для розвитку підприємництва в Україні, спрощення і скорочення реєстраційних дій передусім для суб'єктів підприємництва. Всі державно-реєстраційні процедури для учасників економічних відносин і надалі мають оптимізуватися і спрощуватися, адже це є запорукою поживлення підприємницької ініціативи в країні та покращення економічного клімату.

Література

1. Цивільний кодекс України від 16 січня 2003 року № 435-IV // Офіційний вісник України. – 2003. – № 11.
2. Господарський кодекс України від 16 січня 2003 року № 435-IV // Офіційний вісник України. – 2003. – № 11.
3. Льницька Н.Ф. Щодо поняття припинення суб'єктів господарювання за законодавством України // Актуальні питання розвитку та взаємодії публічного та приватного права: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції, м. Львів, 16–17 березня 2018 р. – Львів : Західноукраїнська організація «Центр правничих ініціатив», 2018. – 108 с. - с.76-79.
4. Закон України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців та громадських формувань» від 15.05.2003р.
5. Практичний посібник з питань державної реєстрації юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців / Третьяков С. І., Попов О. І., Здовбицька Я. Г.; За заг. ред. Третьякова С. І. – К.: Держкомпідприємство, ДВНЗ «Українська академія бізнесу та підприємництва», 2010. – 361с.

6. Кулак Н.В. Створення в Україні інституту державної реєстрації суб'єктів підприємництва. [Електронний ресурс].
http://legalactivity.com.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=1288%3A120516-12&catid=157%3A4-062016&Itemid=196&lang=ru

УДК 346.3

Віталій Кадала

*к.ю.н., завідувач кафедри господарсько-правових дисциплін факультету №3,
ДЮІ МВС України,
kadala@i.ua*

ЩОДО МОЖЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ АЛЬТЕРНАТИВНИХ ВАЛЮТ СУБ'ЄКТАМИ ГОСПОДАРЮВАННЯ В УКРАЇНІ

О ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ АЛЬТЕРНАТИВНЫХ ВАЛЮТ СУБЪЕКТАМИ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ В УКРАИНЕ

ABOUT POSSIBILITY OF ALTERNATIVE CURRENCIES' USAGE BY SUBJECTS OF ECONOMIC ACTIVITY IN UKRAINE

Анотація. В роботі розглядається можливість використання криптовалют в господарській діяльності в Україні. Визначено, що правовий статус цих валют не ідентифікований чинним законодавством. Встановлено, що за наявним законодавством криптовалюти можливо використовувати лише у якості віртуального товару. Запропоновано закріпити правовий статус криптовалют як засобу платежу.

Аннотация. В работе рассматривается возможность использования криптовалют в хозяйственной деятельности в Украине. Определено, что правовой статус этих валют не идентифицирован действующим законодательством. Установлено, что по имеющемуся законодательству криптовалюту можно использовать только в качестве виртуального товара. Предложено закрепить правовой статус криптовалюты как средства платежа.

Abstract. The paper considers the possibility of using crypt currencies in economic activity in Ukraine. It is determined that the legal status of these currencies is not identified by the current legislation. It is established that according to the existing legislation, a crypt currency may be used only as a virtual product. It is proposed to establish the legal status of crypt currency as a legal tender.

Використання суб'єктами господарювання криптовалют у власній господарській діяльності дозволяє забезпечити економічну багатоманітність та певні конкурентні переваги у діловому середовищі. Проте, питання обігу криптовалют в Україні є невирішеним з огляду на відсутність у криптовалют певного правового статусу.

В той самий час, увага до такого роду розрахунків існує як з боку суб'єктів господарювання, фізичних осіб так і контролюючих органів та регуляторів відповідних ринків. Для визначення правового статусу криптовалют потрібні скоординовані дії НБУ Міністерства фінансів, Державної фіскальної служби, Державної служби фінансового моніторингу, Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку та Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг для вироблення спільної позиції щодо такого статусу та їх регулювання.

На цей час чинне законодавство в сфері обігу коштів в Україні представлене наступними нормативно-правовими актами. По-перше, це Декрет КМУ 15-93 від 19.02.1993 року «Про систему валютного регулювання та валютного контролю», в якому визначається, що під валютними цінностями розуміється валюта України – грошові знаки у вигляді банкнот, казначейських білетів, монет і в інших формах, що перебувають в обігу та є законним платіжним засобом на території України, а також вилучені з обігу або такі, що вилучаються з нього, але підлягають обмінові на грошові знаки, які перебувають в обігу, кошти на рахунках, у внесках в банківських та інших фінансових установах на території України; платіжні документи та інші цінні папери (акції, облігації, купони до них, бони,

векселі (тратти), боргові розписки, акредитиви, чеки, банківські накази, депозитні сертифікати, ощадні книжки, інші фінансові та банківські документи), виражені у валюті України; іноземна валюта – іноземні грошові знаки у вигляді банкнот, казначейських білетів, монет, що перебувають в обігу та є законним платіжним засобом на території відповідної іноземної держави, а також вилучені з обігу або такі, що вилучаються з нього, але підлягають обмінові на грошові знаки, які перебувають в обігу, кошти у грошових одиницях іноземних держав і міжнародних розрахункових (клірингових) одиницях, що перебувають на рахунках або вносяться до банківських та інших фінансових установ за межами України; платіжні документи та інші цінні папери (акції, облігації, купони до них, векселі (тратти), боргові розписки, акредитиви, чеки, банківські накази, депозитні сертифікати, інші фінансові та банківські документи), виражені в іноземній валюті або банківських металах; банківські метали – це золото, срібло, платина, метали платинової групи, доведені (афіновані) до найвищих проб відповідно до світових стандартів, у зливках і порошках, що мають сертифікат якості, а також монети, вироблені з дорогоцінних металів.

Окремо в Декреті згадується «конвертована валюта» – іноземна валюта, що віднесена до цієї категорії Національним банком України.

В ст. 7 Декрету зазначається, що у розрахунках між резидентами і нерезидентами в межах торговельного обороту використовуються як засіб платежу іноземна валюта та грошова одиниця України – гривня. Такі розрахунки здійснюються лише через уповноважені банки в порядку, установленому Національним банком України.

В ст.1 Закону України «Про Національний банк України» дається визначення грошового сурогату – будь-які документи у вигляді грошових знаків, що відрізняються від грошової одиниці України, випущені в обіг не Національним банком України і виготовлені з метою здійснення платежів в господарському обороті, крім валютних цінностей; та валютним цінностям – матеріальні об'єкти, визначені законодавством України про валютне регулювання як засоби валютно-фінансових відносин.

Окремо слід зупинитися на положеннях Закону України «Про платіжні системи та переказ коштів в Україні». Відповідно до ст. 3 Закону кошти існують у готівковій формі (формі грошових знаків) або у безготівковій формі (формі записів на рахунках у банках). Гривня як грошова одиниця України є єдиним законним платіжним засобом в Україні, приймається усіма фізичними і юридичними особами без будь-яких обмежень на всій території України для проведення переказів та розрахунків. Отже це положення Закону виключає використання інших законних платіжних засобів, в тому числі і криптовалюта.

Статтею 15 Закону України «Про платіжні системи та переказ коштів в Україні» визначено поняття «електронні гроші» – одиниці вартості, які зберігаються на електронному пристрої, приймаються як засіб платежу іншими особами, ніж особа, яка їх випускає, і є грошовим зобов'язанням цієї особи, що виконується в готівковій або безготівковій формі. Законом визначено, що:

- ✓ випуск електронних грошей може здійснювати виключно банк;
- ✓ випуск електронних грошей здійснюється шляхом їх надання користувачам або комерційним агентам в обмін на готівкові або безготівкові кошти;
- ✓ банк має право випускати електронні гроші на суму, яка не перевищує суму отриманих ним грошових коштів;
- ✓ банк, що здійснює випуск електронних грошей, зобов'язаний погашати випущені ним електронні гроші на вимогу користувача;
- ✓ порядок здійснення операцій з електронними грошима та максимальна сума електронних грошей на електронному пристрої, що перебуває в розпорядженні користувача, визначаються нормативно-правовими актами Національного банку України.

Таким чином, жодне з перелічених визначень не охоплює поняття «криптовалюта». Отже, визначаючи статус криптовалют є потреба у внесенні змін у вказаний законодавчий акт в частині того, що такі криптовалюти є засобом платежу, а також що розрахунки можуть здійснюватися і в інший спосіб ніж через уповноважені банки.

Отже, як було встановлено, за наявною нормативно-правою базою використання криптовалют у господарській діяльності вбачається лише як торгівля віртуальним товаром, а отже криптовалюти не можуть бути платіжним засобом. Цим шляхом йде і судова практика [1].

Перспективи подальших наукових розробок в цьому напрямку полягають у обґрунтуванні правового статусу криптовалют з метою надання можливості використовувати їх у господарській діяльності не лише як віртуальний товар, а і як засіб платежу. Це, у свою чергу, потребує суттєвої перебудови чинного законодавства, що врегульовує окреслені питання.

Література

1. Правовой статус Bitcoin:разрешен или запрещен?// [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://sud.ua/ru/news/laws/107613-pravovoy-status-bitcoin-razreshen-ili-zapreshen>

УДК 330:341

Світлана Клименко

к. е. н., доцент кафедри економіки підприємств,
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,
kneusvetlana@ukr.net

Наталія Кривошей

студентка 6 курсу факультету економіки та управління
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,
krivosheynatalia@ukr.net

ДЕРЖАВНЕ СТИМУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

ГОСУДАРСТВЕННОЕ СТИМУЛИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УКРАИНЕ

STATE STIMULATION OF INNOVATIVE ENTERPRISE IN UKRAINE

Анотація. Проаналізовано методи державного впливу на інноваційне підприємництво в Україні. Розглянуто динаміку фінансування інновацій в Україні. Проаналізовано досвід інших країн в стимулюванні інноваційної діяльності.

Аннотация. Проанализированы методы государственного воздействия на инновационное предпринимательство в Украине. Рассмотрена динамика финансирования инноваций в Украине. Проанализирован опыт других стран в стимулировании инновационной деятельности.

Abstract. The methods of state influence on innovative entrepreneurship in Ukraine are analyzed. The scales of innovation financing in Ukraine are considered. The experience of other countries in stimulating innovation activity is analyzed.

Стимулювання інноваційної діяльності є одним з основних шляхів стабілізації економіки країни та зростання її конкурентоспроможності на світовій арені. Тож, провідні країни світу до основних факторів економічного розвитку відносять саме інновації. Адже, за оцінками експертів, 50-95% приросту ВВП у цих країнах отримується за рахунок інновацій [10]. Отже підтримка інноваційної діяльності на державному рівні є досить цікавим способом позитивного впливу на динаміку ВВП і економічний розвиток країни в цілому. Використовуючи різні методи стимулювання розвитку інноваційної сфери, такі як програми сприяння поширенню знань чи стимулювання трансферу новітніх технологій, держава може стимулювати розвиток економіки країни.

Проблеми інноваційного підприємництва та державного впливу на інноваційну діяльність досліджувалися багатьма вченими. Зокрема значний внесок зробили О. Амоша, І. Чичкало-Кондрацька, Р. Яковенко, І. Матюшенко, Н. Петрина, С. Колодинський, О. Подмазко, Л. Лісогор, О. Мокій, В. Нежиборець, Н. Петрина, О. Притикіна, В. Сизоненко, Ю. Яковець та ін.

Відтак, метою роботи є дослідження способів державного стимулювання інноваційного підприємництва в Україні та досвіду інших країн, а також надання рекомендацій щодо підвищення ефективності стимулювання інноваційного підприємництва в Україні.

Існує безліч методів державного стимулювання інноваційного підприємництва. Дані методи зазвичай поділяють на прямі та опосередковані (непрямі) засоби впливу органів державного управління. До найпоширеніших методів прямого державного стимулювання інноваційної діяльності відносять: державні контракти та державні замовлення, встановлення фіксованих цін, фіксованих валютних курсів, ліцензування та квотування, встановлення різноманітних стандартів, субсидії та дотації, а також пряме фінансування з бюджету. До непрямих методів стимулювання інноваційного підприємництва належать: встановлення норм амортизації, зміна ставок оподаткування, митні тарифи, антимонопольне законодавство та патентно-ліцензійна політика, а також науково-технічне прогнозування [4, с.74].

Вітчизняна практика стимулювання інноваційного підприємництва передбачає використання, в переважній більшості прямих методів державного впливу. Ці методи можуть бути недостатньо ефективними, оскільки їх дієвість залежить від оцінки інноваційного проекту експертами. А така оцінка може бути досить суб'єктивною. Непрямі методи державного стимулювання інноваційної діяльності спрямовані на стимулювання інноваційного підприємництва шляхом забезпечення більшого доходу інноватора. Досвід розвинених країн підтверджує високу ефективність непрямих методів стимулювання інноваційного підприємництва.

В Україні фінансування інноваційних розробок є важливою складовою стимулювання інноваційного підприємництва. Для фінансування інноваційної сфери в Україні використовують наступні державні інвестиційні ресурси: бюджетні кошти, кошти позабюджетних фондів, державні запозичення, державне майно.

Динаміка зміни частки витрат державного бюджету України на інноваційну діяльність в структурі ВВП за останні 5 років наведена у таблиці 1.

Таблиця 1

ЧАСТКА ВИТРАТ ДЕРЖАВНОГО БЮДЖЕТУ НА ІННОВАЦІЙНУ ДІЯЛЬНІСТЬ У СТРУКТУРІ ВВП УКРАЇНИ

Рік	ВВП, млн. грн	Загальна сума витрат державного бюджету на інноваційну діяльність, млн. грн	Частка витрат державного бюджету на інноваційну діяльність у структурі ВВП України, %
2012	1459096	224,3	0,0154
2013	1522657	24,7	0,0016
2014	1586915	344,1	0,0217
2015	1988544	55,1	0,0028
2016	2385367	179,0	0,0075

Джерело: складено автором на основі [3]

Як бачимо з таблиці 1, впродовж досліджуваного періоду найбільше коштів на інноваційну діяльність було витрачено у 2014 році (а саме 0,0217% від рівня ВВП), а найменшу суму – у 2013 році (0,0016% обсягу ВВП). За даними таблиці 1, також можна сказати, що з 2012 по 2016 рр. в Україні частка витрат державного бюджету на інноваційну діяльність у структурі ВВП жодного року не відповідала нормі даного показника в розвинених країнах, а саме 1,7%. Як бачимо, у 2016 році порівняно з 2015 роком питома вага витрат державного бюджету на інноваційну діяльність в структурі ВВП зросла з 0,0028% до 0,0075% тобто на майже 168 %.

Хоча важливість створення сприятливих умов для розвитку інноваційного підприємництва й інноваційної діяльності розуміють усі, та на даний час в Україні вони так і

не створені. Враховуючи перспективи інтеграції України у ЄС, для нашої держави досить важливо вивчати досвід розвинених європейських країн в стимулюванні інноваційного підприємництва, щоб, проаналізувавши його, взяти найкраще для себе.

Переважно, у розвинених країнах для стимулювання інноваційних процесів використовується такі методи [4, с.76]:

- ✓ пільгове оподаткування прибутку через зменшення бази і ставок оподаткування;
- ✓ ліцензування та квотування;
- ✓ надання дослідного та інвестиційного (податкового) кредиту;
- ✓ "податкові канікули" протягом кількох років на прибуток;
- ✓ зниження ставок податку на прибуток на замовлені та спільні НДДКР;
- ✓ створення нормативно-правової бази та економічних механізмів для підтримки і стимулювання інноваційної діяльності тощо.

Як бачимо, в країнах з розвинутою ринковою економікою акцент роблять на застосуванні непрямих методів державного впливу на інноваційне підприємництво. Оскільки в Україні переважно застосовують прямі методи державного впливу, вивчення досвіду розвинених країн у стимулюванні інноваційного підприємництва є гарним способом пошуку інформації для удосконалення національного механізму підтримки і стимулювання інновацій.

У Китаї, наприклад, застосовують модель інноваційного розвитку зорієнтовану на максимально ефективне використання ресурсної бази певного регіону. Тобто у Китаї основною умовою надання підтримки (найчастіше у формі початкових інвестицій, які надаються селищною радою) високотехнологічного бізнесу є вимога максимально ефективно використовувати природні ресурси певного регіону. В Україні даний підхід також можна було б застосовувати в регіонах, що мають специфічні природні ресурси, наприклад рекреаційні, кліматичні чи видобувні. Щоб спонукати інноваційні підприємства спрямовувати свою діяльність на максимально ефективне використання ресурсів регіону.

Цікавим також є досвід Ізраїлю. В Ізраїлі держава, в основному, стимулює розвиток малого високотехнологічного експортоорієнтованого бізнесу. Вважається, що комерційні високотехнологічні фірми становлять основу для економічного зростання, тому державна значні ресурси спрямовує у сферу їх інкубування і створення фондів початкових інвестицій для фінансування їхньої діяльності. В Ізраїлі існує велика кількість бізнес-інкубаторів. При цьому, бізнес-інкубатори надають широкий спектр консультативних послуг для інноваторів, різноманітні форми фінансової підтримки підприємців, які мають потенційно привабливу науково-технічну ідею [9, с. 131-132]. В Україні, звісно, також існують бізнес-інкубатори, але метою діяльності більшості з них є надання звичайних офісних консультативних послуг з обмеженого кола питань. Тому Україні можна перейняти досвід Ізраїлю і спрямувати діяльність бізнес-інкубаторів на стимулювання наукових розробок та перевірку їх конкурентоспроможності на початкових етапах. А також необхідно спростити проходження адміністративних процедур.

Наочним прикладом ефективного використання непрямих методів державного стимулювання інноваційного підприємництва є досвід Іспанії, Італії та Німеччини. Це досить розвинені країни, де існують не тільки низькі ставки базових податків, але ще й спеціальна система заохочення інноваційних високоризикових проектів (наприклад, право не сплачувати податки протягом певного періоду). Держава здійснює такі заходи щоб спонукати інвесторів вкладати кошти в інноваційні проекти, адже це дозволяє отримувати їм більші прибутки.

Однією з найбільш інноваційних держав в світі є Фінляндія. В даній країні значна увага приділяється використанню прямих методів стимулювання інноваційного підприємництва. Держава надає досить суттєві субсидії підприємствам, що здійснюють розробки і впровадження інновацій.

Також, цікавим методом державного впливу на інноваційну діяльність, що застосовується у розвинених європейських країнах, є державно-приватне партнерство у

інноваційній сфері. Дане партнерство передбачає тривалу співпрацю органів державної влади з приватним сектором у спільному фінансуванні наукових досліджень та розробок, спільному розробленні конкурентних процедур вибору інноваційних проектів, які будуть реалізуватися тощо.

Отже можемо підсумувати, що вдосконалення державної інноваційної політики в сфері стимулювання інноваційного підприємництва повинно відбуватися у напрямі збагачення інструментарію, активного використання непрямих методів стимулювання. Це означає, що в Україні, проаналізувавши досвід розвинених країн, необхідно сформулювати свою систему методів державного регулювання інноваційної діяльності, враховуючи ресурсні можливості. Використання світового досвіду стимулювання інноваційного розвитку могло б активізувати інноваційні процеси в Україні і позитивно вплинути на зростання ВВП. Наприклад, держава може зробити акцент в стимулюванні інноваційного підприємництва на наданні субсидій та особливих кредитів для інноваційних підприємств, встановленні їм режиму пільгового оподаткування прибутку. Також створювати більше бізнес-інкубаторів, науково-дослідних центрів і технопарків, адже в інноваційній діяльності етап розробки і оцінки перспектив новації є найскладнішим і потребує кваліфікованої допомоги.

Література

1. Господарський кодекс України. Від 16 січня 2003 р. – К. : Атака, 2003. – 208 с.
2. Про інноваційну діяльність: Закон України: 04.06.2002 р., № 40-IV / Відом. Верховної Ради України. – 2002. – № 36. – С. 266.
3. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua/>
4. Захарченко В. І., Корсікова Н. М., Меркулов М. М. Інноваційний менеджмент: теорія і практика в умовах трансформації економіки. Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 448 с.
5. Колодинський С. Б. Особливості державного регулювання інноваційної діяльності // Вісник соціально-економічних досліджень: Зб. наук. пр. - Одеса, 2002. - Вип.13. - С.149-152.
6. Матюшенко І.Ю. Перспективи створення національної інноваційної системи в Україні [Електронний ресурс] / І.Ю. Матюшенко. – Режим доступу до документів на 12.03.18 : http://iee.org.ua/files/alushta/13-matyushenko-perspektyvy_stv.pdf.
7. Петрина Н. Базові умови створення інноваційної моделі розвитку економіки України // Економіка України. – 2006. – №8. – С.35-40
8. Пескова Н.В. Інноваційна компонента економіки знань в Україні / Н.В. Пескова, О.В. Дзяд [Електронний ресурс]. – Режим доступу на 12.03.18: <http://www.m.nayka.com.ua/?op=1&j=efektyvna-ekonomika&s=ua&z=5689>
9. Подмазко О. М. Державне регулювання інноваційного процесу // Вісник соціально-економічних досліджень: Зб. наук. пр. - Одеса, 2002. - Вип.11. - С.131-134.
10. Чичкало-Кондрацька І. Б. Зарубіжний досвід використання фінансових механізмів стимулювання інноваційного розвитку / І. Б. Чичкало-Кондрацька // Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України. – 2012. – № 1.
11. Яковенко Р. В. Інноваційна діяльність в Україні: проблеми та перспективи. / Р. В. Яковенко, А. М. Чернега [Електронний ресурс]. – Режим доступу на 12.03.18: [http://www.kntu.kr.ua/doc/zb_22\(2\)_ekon/stat_20_1/72.pdf](http://www.kntu.kr.ua/doc/zb_22(2)_ekon/stat_20_1/72.pdf)

СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

МИРОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

WORLD TRENDS OF THE STATE REGULATION OF INNOVATIVE BUSINESS ACTIVITY

Анотація. В роботі досліджено загальносвітові тенденції регулювання державою інноваційного розвитку підприємництва. Визначено ключові фінансові та нефінансові чинники, що впливають на позитивний та негативний напрямок розвитку інноваційного підприємництва у країнах світу. Запропоновано основні напрямки для державного регулювання інноваційної діяльності в Україні.

Аннотация. В работе исследованы общемировые тенденции регулирования государством инновационного развития бизнеса. Определены ключевые финансовые и нефинансовые факторы, влияющие на положительный и отрицательный направление развития инновационного предпринимательства в странах мира. Предложены основные направления для государственного регулирования инновационной деятельности в Украине.

Abstract. The work identifies the world trends of the state regulation of innovative business activity. It determines the key financial and non-financial factors that influence on positive/negative direction of development of innovative business activity in the world. It also suggests the major directions of state regulation of activity in Ukraine.

Здатність генерувати та впроваджувати інновації стає однією з найголовніших умов забезпечення конкурентоспроможності як окремих товаровиробників, так і національних економік у цілому. Наука перетворилася на специфічну сферу товарного об'єкту виробництва, що виготовляє товар інтелектуальної власності. А головною ознакою розвинутих економік світу став загальнодержавний курс на побудову та підтримку інноваційного підприємництва.

Прийнято виділяти наступні складові державного стимулювання інноваційної діяльності:

- пільгове оподаткування суб'єктів, що здійснюють інноваційну діяльність;
- захист інтелектуальної власності на законодавчому рівні;
- формування та підтримка розвитку інноваційної інфраструктури;
- прогнозування та планування розвитку інновацій;
- державна фінансова підтримка науково-дослідницької діяльності, науки та освіти загалом.

За даними Всесвітньої організації інтелектуальної власності (WIPO), очолюють рейтинг інновацій 2017 такі держави як Швейцарія, Швеція, Нідерланди, США, Великобританія, Данія, Сінгапур, Фінляндія, Німеччина та Ірландія [1]

Розгляд державного регулювання інноваційного розвитку підприємницької діяльності виявив ряд напрямів, що створюють та підтримують умови для успішного інноваційного розвитку підприємництва:

- послідовна державна політика, спрямована на створення законодавчої основи, яка б забезпечила формування умов для успішної діяльності інноваційних компаній;

- податкові пільги, система державних заохочень;
- забезпечення захисту інтелектуальної власності;
- популяризація інновацій у суспільстві;
- розвиток освіти, сприяння підвищенню кваліфікації представників наукового та освітнього секторів;
- створення умов для консолідації підприємництва, науки та держави;
- підтримка розвитку інновацій за рахунок системи державних грантів і державного замовлення;
- використання за основу програми інноваційного розвитку національної специфіки держави.

Загалом перелік напрямів державного регулювання країн-лідерів можна розділити на 2 категорії:

- Фінансове стимулювання:
 - державне фінансування та кредитування інноваційних проєктів;
 - спільне та пайове інвестування у інноваційні проєкти;
 - дійове правове поле для пільгового оподаткування;
 - ефективна система державних грантів;
 - додаткове стимулювання за рахунок держзамовлень.
- Нефінансове стимулювання:
 - інформаційно-консультативне забезпечення;
 - координаційна, інформаційна, організаційна підтримка;
 - законодавча сприятлива податкова база.

Держави ж пострадянського простору перейшли до побудови інноваційної моделі економіки відносно нещодавно. У тому ж рейтингу інновацій 2017 року Україна посідає 50 місце, тоді як Росія – 45, Вірменія – 59, Грузія – 68, Білорусія – 88, Естонія – 25, Латвія – 33 [1].

Дослідивши особливості державного регулювання інноваційної діяльності країн пострадянського простору, виділимо перелік ключових факторів, що перешкоджають та уповільнюють розвиток інноваційної діяльності на державному рівні:

- Фінансова складова:
 - низький рівень фінансування НДДКР;
 - сировинна спрямованість економіки;
 - відсутність складової фінансового та податкового стимулювання;
 - слаборозвинута кредитно-банківська система.
- Підприємницька складова:
 - низька інвестиційна привабливість інноваційних підприємств;
 - відсутність інформаційно-координаційних центрів між державою, науковими закладами та бізнесом;
 - недостатньо високий рівень захисту інтелектуальної власності;
 - відсутність чи нерозвинутість інноваційної інфраструктури;
 - високий рівень корумпованості.
- Кадрова складова:
 - низька привабливість наукової діяльності;
 - недостатній рівень освіти;
 - відтік кваліфікованих кадрів закордон;
 - відсутність співпраці між урядом, наукою та бізнесом;
 - застарілість основних фондів наукових організацій.

Отож, базуючись на позитивному досвіді провідних країн, ми можемо виділити ряд основних напрямів державного регулювання, які слід розвивати в Україні та державах пострадянського простору:

- покращення інвестиційного клімату, стимулювання впровадження інноваційних технологій на державному рівні, підготовка сприятливого правового поля для заохочення підприємців до інноваційної діяльності;
- підтримка НДДКР, стимулювання поєднання потенціалів сфери досліджень і бізнесу, державна підтримка трансферу технологій;
- створення бізнес-інкубаторів на базі вищих навчальних закладів для прискорення налагодження зв'язків та розвитку фахівців з необхідними науковими навиками та осіб із підприємницьким світоглядом.

Література

1. Глобальний індекс інновацій 2017. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.globalinnovationindex.org/analysis-indicator>
2. Інноваційна політика зарубіжних країн: концепції, стратегії, пріоритети (інформаційно-аналітичні матеріали, підготовлені Комітетом Верховної Ради України з питань науки і освіти та Міністерством закордонних справ України). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kno.rada.gov.ua/uploads/documents/36385.pdf>
3. Кулак Н.В. Загальні тенденції державного регулювання інноваційного розвитку сфери підприємницької діяльності // Youngscientist. – 2016. - № 40. С.129-134.

УДК 334.71:338.434

Оксана Радченко

*к.е.н., п.н.с. відділу фінансово-кредитної та податкової політики,
ННЦ «Інститут аграрної економіки»,
oxanarad@ukr.net*

ДЕРЖАВНЕ СТИМУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙ В АГРОБІЗНЕСІ

ГОСУДАРСТВЕННОЕ СТИМУЛИРОВАНИЕ ИННОВАЦИЙ В АГРОБИЗНЕСЕ

STATE OF THE STIMULUS OF INNOVATION IN AGROBIZNES

Анотація. Окреслено проблеми фінансування створення та використання інновацій у аграрному бізнесі. Розглянуто державну та ринкову складові інновацій, сформовані ними продукти та обсяг споживання. Зроблено порівняння витрат на науку в Україні та ЄС і США. Узагальнено, що державна підтримка інновацій має базуватись на прямих та непрямих заходах стимулювання у тісному зв'язку з потребами, вимогами та можливостями внутрішнього ринку.

Аннотация. Обозначены проблемы финансирования создания и использования инноваций в аграрном бизнесе. Рассмотрены государственную и рыночную составляющие инноваций, создаваемые ими продукты и объем потребления. Сделано сравнение расходов на науку в Украине и ЕС и США. Обзор, что государственная поддержка инноваций должно базироваться на прямых и косвенных мерах стимулирования в тесной связи с потребностями, требованиями и возможностями внутреннего рынка.

Annotation. The problems of financing the creation and use of innovations in the agrarian business are outlined. The state and market components of innovations, products created by them and volume of consumption are considered. A comparison of spending on science in Ukraine and the EU and the US has been made. It is generalized that state support for innovation should be based on direct and indirect incentive measures in close connection with the needs, requirements and capabilities of the domestic market.

Інновації, згідно Закону про інноваційну діяльність (2002) - це новостворені чи вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і соціальної сфери; також вид підприємництва, що сприяє більш раціональній організації виробництва.

Специфічними рисами агробізнесу, що обумовлюють його потребу у інноваціях, є масштаби діяльності, залежність від природних умов, використання особливих біологічних ресурсів у діяльності, - землі, рослин та тварин, потреба значної МТБ, кваліфікованих працівників, інфраструктури та логістики тощо. Сам розвиток інновацій відбувається повільно, і потребує державної підтримки. Інновації у агробізнесі, як визначено дослідниками, зокрема К. Соловчук, є засобом підвищення технологічного рівня, стратегічним чинником зміцнення конкурентоспроможності і однією з базових умов стабільної роботи [1]. Але в Україні проникнення технологій і інновацій в агросектор, за різними експертними оцінками, не перевищує 10%.

На даний час інновації в агробізнесі розвиваються за державним та приватним фінансуванням. Щодо державного рівня, то основним джерелом новацій для сільського господарства є мережа науково-дослідних інститутів УААН та Міністерства аграрної політики та продовольства України. За узагальненням О.Накисько, С.Руденко [2], найважливішою складовою забезпечення розвитку інноваційної діяльності є *державне* фінансове регулювання, важелями якого є пільги (податкові, кредитні, інвестиційні та митні), дотації, компенсації при формуванні інвестиційно-інноваційної політики та напрямів державного регулювання.

Найбільш поширеними інноваціями, згенерованими НААН, є: нові сорти та гібриди рослин і породи тварин, штами мікроорганізмів, марки і модифікації сільськогосподарської техніки, технології, хімічні та біологічні препарати (вакцини), економічні розробки (документально оформлені методики, рекомендації). Оцінюючи стан бюджетного фінансування наукових розробок системи НААН, академік В. Жук зазначає, що необхідно посилити інноваційну спрямованість досліджень, зробити акцент на впровадження наукових здобутків у виробництво, розширити джерела фінансування наукових розробок через ринкову діяльність інноваційної та виробничої інфраструктури аграрної науки [3].

Зміна вектору бюджетного фінансування з 2017 року свідчить, що Україна намагається сформувати нову політику сприяння аграрному сектору, за досвідом розвинених країн. За даними Держслужби статистики, загальний обсяг наукових та науково-технічних робіт, виконаних силами наукових організацій України у 2015 р склав 12611,0 млн. грн., у т.ч. обсяг науково-дослідних робіт - 4736,9 млн. грн., обсяг науково-технічних розробок - 6522, 9 млн. грн, обсяг науково-технічних послуг - 1351,1 млн. грн. Питома вага розробок у ВВП складає 0,64%. Разом з тим, для високорозвинених країн світу обсяг державної підтримки науково-технічної діяльності, значно вищий, зокрема в США – 2,5-3 % від ВВП країни, у країнах ЄС-28 в середньому 2,03%.

Таким чином, існуючі нині підходи щодо фінансування науки та надання дотацій не створюють умов для широкого використання інновацій агробізнесом. Проте, існують «вітчизняні інтелектуальні технологічні рішення, які уже сьогодні допомагають компаніям збільшувати корисний ефект від роботи, відповідати сучасним потребам ринку та ефективніше використовувати наявні ресурси» [4]. До них належать картографія, моніторинг логістичних рішень та технопарку, аналітика та планування, спеціалізовані CRM та HRM системи, моніторинг здоров'я та якості рослин і тварин та ін. складові. На щорічному підйомі Forbes AgTech [5] було названо ТОП-25 найбільш інноваційних стартапів у сфері сільського господарства. До них належать blockchain, вертикальні ферми, безпілотні технології, автоматизація виробництва і точне землеробство [6]. Також за результатами заходу «Впровадження інноваційних технологій в аграрному секторі: кейси реальних прикладів і показники ефективності по 2017-2018 рр.» учасниками визнано, що вкладення українських компаній у впровадження інноваційних технологій, повинні складати близько 5 млрд грн, до \$ 200 млн в рік, або 5-10% доходу.

Висновки. Формування державної інноваційної політики для агробізнесу має розвиватись у тісному зв'язку цих означених напрямів. Проблема полягає у визначенні об'єктів підтримки інноваційного середовища. Вони можуть співпадати, або бути відмінними від об'єктів прямої бюджетної підтримки у сфері аграрного бізнесу.

Насамперед, на достатньому рівні має фінансуватися наука. Крім того, політика державної підтримки інновацій має сприяти освоєнню створених продуктів. Для недержавних підприємств, що займаються інноваційними розробками, мають бути створені особливі умови підтримки, зокрема пряма підтримка процесу інноваційної діяльності та непрямі методи – податкові канікули, спеціальний режим інших податків.

Щодо бюджетної підтримки аграрного бізнесу, то програми допомоги для галузей, які важливі для формування продовольчої безпеки, але мають тривалий термін окупності капіталу, насамперед у тваринництві, а також підтримка садівництва та виноградарства мають фінансуватися щонайменше на період виробничого циклу у цих галузях.

З коштів, які у розмірі майже 1 млрд грн заплановано у 2018 році на підтримку вітчизняного машинобудування для сільського господарства, можливо частину спрямовувати на підтримку інноваційних та точних технологій, як окремих напрям.

Загалом, державна підтримка інновацій має базуватись на прямих та непрямих заходах стимулювання у тісному зв'язку з потребами, вимогами та можливостями внутрішнього ринку і його учасників, з врахуванням світових тенденцій цього процесу.

Література

1. Соловчук К. О. Державна підтримка інноваційного розвитку агропромислового комплексу України / К. О. Соловчук // Актуальні проблеми економіки. - 2014. - № 3. - С. 126-133.

2. Накісько О. В. Державна підтримка агропромислового комплексу в контексті інноваційно-інвестиційного відтворення / О. В. Накісько, С. В. Руденко // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка. - 2015. - Вип. 161. - С. 239-245.

3. Жук В.М. Економіка інноваційної діяльності НААН / В.М. Жук // Вісник Центру наукового забезпечення АПВ Харківської області: науково-виробничий збірник. Випуск 14. – Харків: Друкарня ФОП Малахін О.О., 2013. – 344 с. - С. 222-233.

4. Інновації в АПК. Електронний ресурс. URL:<http://blog.bvblogic.com/uk/>(дата звернення: 18.03.2018).

5. ТОП-25 найбільш інноваційних стартапів у сільському господарстві за версією Forbes. Електронний ресурс. URL: <http://propozitsiya.com/ua/top-25-naybilsh-innovaciynih-startapiv-u-silskomu-gospodarstvi-za-versiyeyu-forbes> (дата звернення: 18.03.2018).

6. Нестеров О. Чи можливо поєднати державну підтримку і прогрес. Електронний ресурс. URL: <http://agroportal.ua/ua/views/blogs/vozmozhno-sovmestit-gospodderzhku-i-progress/> (дата звернення: 18.03.2018).

УДК 631.155.6:(631.11:330.341.1)

Оксана Смулка
аспірантка кафедри економіки Львівського НАУ,
oksankasmulka@gmail.com

ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

STATE SUPPORT OF INNOVATIVE ACTIVITY OF AGRICULTURAL ENTERPRISES

Анотація. Акцентовано увагу на необхідності інтенсифікації інноваційної діяльності сільськогосподарськими підприємствами як для суб'єктів господарювання, так і для України загалом. Підкреслюється необхідність здійснення державної підтримки інноваційної діяльності. Розглянуто шляхи здійснення державної підтримки інноваційної активності аграрних підприємств. Пропонується здійснювати державну підтримку не тільки бюджетними асигнуваннями, але й удосконалити

законодавчу базу з питань інноваційного розвитку, проводити інформування керівників сільськогосподарських підприємств та створити дорадчі служби з питань здійснення інноваційної діяльності.

Аннотация. Акцентируется внимание на необходимости осуществления инновационной деятельности сельскохозяйственными предприятиями, как для субъектов хозяйствования, так и для Украины в целом. Подчеркивается необходимость осуществления государственной поддержки инновационной деятельности. Исследованы направления государственной поддержки аграрной сферы Украины. Предлагается осуществлять государственную поддержку не только бюджетными ассигнованиями, но и усовершенствовать законодательную базу по вопросам инновационного развития, проводить информирование руководителей сельскохозяйственных предприятий и создать консультативные службы по вопросам осуществления инновационной деятельности.

Annotation. The emphasis is placed on the necessity of introducing innovation activity by agricultural enterprises both for economic entities and for Ukraine as a whole. The thesis underlines the need to implement state support for innovation activities. It considers ways to implement state support for the innovative component of agrarian enterprises. It is proposed to provide state support not only by budget allocations, but also to improve the legislative base on innovation development issues, inform the heads of agricultural enterprises and set up advisory services on issues of innovation.

Прогресивний розвиток України не буде можливим, поки суспільство не усвідомить важливість та значення сільського господарства як основного джерела задоволення базових суспільних потреб. На сьогодні гостро стоїть питання посилення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств та підвищення їх ефективності, що неможливо здійснити без впровадження інноваційної діяльності. Інноваційна складова не тільки дозволяє виготовляти конкурентоспроможну та якісну продукцію з меншою собівартістю, а й не дає господарствам морально застаріти та позбутися свого місця на ринку. У свою чергу технічно-технологічна відсталість викликає і економічну відсталість держави, тому важливу роль набуває глибоке вивчення можливостей використання інновацій як основи економічного розвитку сільськогосподарських підприємств.

В Україні є чимало розробок, які могли б стати основою інноваційних змін сільськогосподарських підприємств. До них можна віднести прогресивні системи землеробства, нові високопродуктивні сорти й гібриди сільськогосподарських культур, техніко-технологічні системи та їх важливі елементи щодо виробництва рослинницької і тваринницької продукції, рекомендації щодо соціально-економічного розвитку сільських територій і забезпечення дохідності аграрного виробництва в Україні. Однак у вітчизняних інвесторів не завжди є бажання здійснювати інвестування інноваційної діяльності не тільки через ризикованість та невизначеність результатів аграрних підприємств, а й високий ступінь ризику інноваційних розробок зокрема. Іноземні інвестиції у вітчизняне сільське господарство не йдуть через незадовільний інвестиційний клімат і непередбачувану державну політику.

Державна підтримка – це не завжди фінансова допомога, хоча вона має вагомий значення для суб'єктів господарювання. Державна інноваційна політика в Україні являє собою сукупність правових, політичних, економічних, соціальних, інформаційних, освітніх, організаційних та інших заходів, здійснюваних органами державної влади України і органами місцевого самоврядування для реалізації цілей і принципів в області інноваційного розвитку. Основними цілями державної політики щодо розвитку інноваційної діяльності в Україні є забезпечення довгострокового сталого розвитку держави, формування економіки знань в Україні, розвиток та ефективне використання інноваційного потенціалу, а також матеріальних і фінансових ресурсів, спрямованих на створення наукоємних технологій, товарів (робіт, послуг), випуск наукоємної, конкурентоспроможної продукції.[1, с. 95]

Жидяк О.Р. пропонує в основу системи державної підтримки інноваційної діяльності аграрних підприємств покласти принципи відповідності основних напрямів їхньої діяльності. А саме: з державного бюджету на безоплатній основі можуть фінансуватися тільки фундаментальні наукові дослідження, а також об'єкти аграрної сфери, що мають загальнодержавне значення, й об'єкти, пов'язані із соціальною, екологічною та національною безпекою; кошти держави на інноваційний розвиток аграрних підприємств

повинні виділятися на фінансування чітко визначених програм і проектів з наступним контролем результативності їхньої діяльності [2, с. 81].

Державну підтримку інноваційної діяльності підприємств аграрної сфери потрібно здійснювати цілеспрямовано й поетапно, а саме через: визначення пріоритетів у науковому та технічному розвитку; ідентифікацію принципів інвестиційної підтримки інноваційної діяльності; вибір методів державної підтримки інноваційної діяльності; обрання джерел інвестиційної підтримки інноваційної діяльності; оцінювання відповідності інноваційних проектів пріоритетам держави й відбір проектів для їх фінансування; контроль за використанням коштів держави [3, с. 106].

Проте існують дві причини, які гальмують державну підтримку сільського господарства загалом та інноваційної складової аграрного сектора зокрема. Це відсутність довіри у держави у сільгоспвиробників та постійне недофінансування сільського господарства. Також, потрібно врахувати корупційні прояви, наявність обмежень та ускладнень для доступу до програм бюджетної підтримки для сільгоспвиробників. [5, с. 6]

Державна підтримка інноваційної діяльності сільськогосподарських підприємств може здійснюватися двома шляхами: пряме та непряме фінансування інноваційного розвитку аграрного сектора [2, с. 82]. Пряме фінансування полягає у наданні субсидій у вигляді безповоротної допомоги підприємствам у критичні моменти становлення та розвитку; дотацій як асигнувань з бюджету на покриття збитків від інноваційної діяльності; прямого інвестування у науково-технічні напрацювання, виконання досліджень і розробок; фінансового лізингу для покриття частини витрат на придбання та оновлення основних засобів, та кредитування.

Непряме фінансування інноваційної діяльності сільськогосподарських підприємств полягає у створенні пільгових умов для здійснення інноваційної діяльності та її стимулювання. Це може бути надання коштів виконавцям досліджень і розробок, що зводиться до надання послуг пільгового податкового й амортизаційного регулювання аграрних підприємств, що займаються інноваційною діяльністю, а також створення інфраструктури інноваційної діяльності та надання інноваторам державних послуг.

Основними джерелами підтримки різноманітних форм державного фінансування можуть виступити бюджетні та позабюджетні кошти, зарубіжні замовлення та гранди, а також власні кошти науково-дослідних організацій.

Отже, державна підтримка уявляється сукупністю різних важелів і інструментів, за допомогою яких державні органи влади здійснюють прямий або опосередкований вплив на інноваційну діяльність господарств. Однак не завжди вона виконується у повному обсязі, чи виконується взагалі. На сьогодні недостатньо ефективно реалізується державна підтримка у вигляді надання субсидій, дотацій і субвенцій. Оскільки через недофінансування та брак коштів у державному бюджеті сільськогосподарські підприємства або взагалі не отримують коштів, або одержують їх зі значним запізненням у часі. Враховуючи важливість інноваційного розвитку сільськогосподарських підприємств, державні органи влади повинні зосередити свою увагу на можливих способах здійснення підтримки суб'єктів господарювання аграрного сектора, які не обмежуються фінансовою складовою, а саме – створення дорадчих служб з питань здійснення інноваційної діяльності, інформаційна та юридична підтримка сільгоспвиробників, удосконалення нормативно-правової бази з питань інноваційного розвитку.

Література

1. Дуброва Н. П. Державна політика у сфері інноваційного розвитку аграрного сектору України / Н. П. Дуброва, Л. С. Крючко // Вісник Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету. - 2015. - № 1. - С. 94-97. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vddau_2015_1_22
2. Жидяк О. Р. Державна підтримка інноваційної діяльності підприємств аграрної сфери / О. Р. Жидяк // Інноваційна економіка. - 2013. - № 1. - С. 80-83. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2013_1_22

3. Корецький М.Х. Державне регулювання аграрної сфери у ринковій економіці: монографія / М.Х. Корецький. – К. : Вид-во УАДУ, 2002. – 260 с.
4. Кушнір, С. О. Державна підтримка агропромислового комплексу / С. О. Кушнір // Український журнал прикладної економіки. – 2017. – Том 2. – Випуск 1. – С. 48-56.
5. Панухник О. В. Напрями та шляхи трансформації державної підтримки суб'єктів аграрної сфери України / О. В. Панухник // Актуальні проблеми інноваційної економіки. - 2017. - № 1. - С. 5-10. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/apie_2017_1_3

УДК 334.72:330.34.1

Світлана Ушеренко

*к.е.н., доцент, доцент кафедри корпоративних фінансів і контролінгу
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,
usherenko_svitlana@kneu.edu.ua*

ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

STATE SUPPORT OF INNOVATIVE ENTREPRENEURSHIP

Анотація. Розкрито сутність інноваційного підприємництва та визначені основні напрями його державної підтримки з метою активізації діяльності для утвердження моделі інноваційного розвитку національної економіки.

Аннотация. Раскрыта сущность инновационного предпринимательства и определены основные направления его государственной поддержки с целью активизации деятельности для утверждения модели инновационного развития национальной экономики.

Abstract. The essence of innovative entrepreneurship is revealed and the main directions of its state support are determined with the purpose of activating activities for the approval of the model of innovative development of the national economy.

Інноваційне підприємництво визначаємо як творчу діяльність підприємців, підприємств, яка спрямована на створення нових або вдосконалених інноваційних конкурентоспроможних продуктів, виробництв, послуг. Інноваційне підприємництво - це особливий новаторський процес створення чогось нового, запровадження процесу господарювання, в основі якого лежить постійний пошук нових можливостей підвищення конкурентоспроможності підприємства шляхом його орієнтації на впровадження інноваційного продукту. Воно пов'язане з готовністю підприємця брати на себе увесь ризик щодо здійснення нового продукту або поліпшення існуючого. При цьому виникає моральна, соціальна і фінансова відповідальності та пов'язані з ними ризики.

Інноваційне підприємництво повністю ґрунтується на інноваціях, тому результат такої діяльності – або новий товар, або товар з принципово новими характеристиками, або властивостями, чи нові технології. Визначальною властивістю інноваційного підприємництва є його участь в інноваційних процесах, які мають перебіг у науковій, науково-технічній сфері діяльності, сфері виробництва і свого сегменту сфери ринкового споживання. До реалізації інноваційних процесів залучаються наукові установи і відповідно науковці; освітні заклади, які забезпечують підготовку кадрів для реалізації інноваційних процесів; підприємства з їх персоналом, які здійснюють випуск інноваційних продуктів, впроваджують новітні інноваційні технології; юристи (введення у господарський обіг об'єктів прав інтелектуальної власності та трансакції інноваційних продуктів потребує правового супроводження), фінансово-кредитні установи і відповідно фінансисти, а також органи публічної влади (тут органи державної влади, органи (організації державного управління) та органи місцевого самоврядування), які здійснюють на загальнодержавному, галузевих та місцевих рівнях підтримку генезису інноваційних процесів та сприяють їх

масштабному поширенню з метою досягнення конкурентоспроможності підприємництва і забезпечення прогресивних структурних зрушень в національній економіці. Системний та багатовимірний, складний характер інноваційних процесів вимагає згідно із законом У. Ешбі, щоб їх скерування здійснювалось більш складною системою, якою виступає Національна інноваційна система (НІС). НІС це сукупність фізичних та юридичних осіб у межах національних кордонів, які об'єднані у комплекси інститутів правового, фінансового та соціального характеру, діяльність яких спрямована на сприяння ефективного створення і розповсюдження, в тому числі комерційної реалізації та використання нових знань і технологій. Як система взаємопов'язаних інститутів та інституцій НІС об'єднує урядовців, законодавців, підприємців, науковців, інвесторів та інших осіб для здійснення узгоджених заходів, що забезпечують генерацію, розвиток та поширення інноваційних процесів в усіх галузях національної економіки. Метою НІС є забезпечення конкурентоспроможності національної економіки шляхом утвердження моделі її інноваційного розвитку [1, 2]. Системоформуючим фактором НІС виступають органи публічної влади, які здійснюють державну підтримку щодо формування НІС, визначення пріоритетних напрямів інноваційних процесів на загальнодержавному, регіональному, галузевих рівнях, а також ресурсного забезпечення (інституціонального, інформаційного, кадрового, організаційного, фінансового тощо) їх реалізації, зокрема, у форматі публічно-приватного партнерства.

Державна підтримка (допомога) суб'єктів господарювання, зокрема, державна підтримка інноваційного підприємництва розкривається як його підтримка у будь-якій формі за рахунок ресурсів держави чи місцевих ресурсів. Водночас така підтримка пов'язана з ризиками спотворення або загрози економічної конкуренції, надаючи переваги ресурсного забезпечення для виробництва окремих видів товарів чи провадження окремих видів господарської діяльності [3, 4]. Для уникнення цих ризиків мають бути визначені критерії оцінки допустимості державної підтримки інноваційного підприємництва, які мають включати недопущення суттєвої нерівності умов діяльності конкуруючих між собою суб'єктів господарювання і водночас має бути здійснена державна підтримка інноваційного підприємництва шляхом її спрямування на відшкодування суб'єктам господарювання витрат на проведення наукових досліджень, технічний розвиток та інноваційну діяльність, а саме витрат на підтримку реалізації проектів у сфері наукових (науково-технічних) робіт, які належать до категорій фундаментальних наукових досліджень, прикладних наукових досліджень, науково-технічних (експериментальних) розробок, інноваційних проектів, що розробляються за встановленими законодавством пріоритетними напрямками науково-технічного і (або) інноваційного розвитку [5,6]. Державна підтримка може включати оплату патентування наукових розробок, перспективних до інноваційного впровадження, витрат на проведення техніко-економічного обґрунтування науково-технічних та інноваційних проектів, а також їх реалізації на пільгових умовах фінансового кредитування, інвестування та інше.

Розвиток інноваційного підприємництва залежить від попиту з боку споживачів на інновації, наявності розвинутого науково-технічного потенціалу національної економіки, розвиненості інноваційної інфраструктури (включає наукові, індустриальні парки, технопарки, бізнес-інкубатори, венчурні фонди, інноваційні фонди та інше). Державна підтримка інноваційного підприємництва включає групу факторів економічного, політичного, правого, організаційно-управлінського, соціально-культурного характеру і покладається на відповідну систему державного управління, що забезпечує регулювання інноваційних процесів. Актуальною проблемою є розроблення методологічних засад розбудови оптимальної системи державного управління, зокрема, визначення принципів, функцій та методів її діяльності, які мають стати методологічною основою для формування цілісної структури інституціоналоспроможних і функціонально повноважних органів державного управління у сфері інноваційної діяльності, а також методологічною основою для розроблення державних управлінських рішень (ДУПР) щодо проблем сфери інноваційного підприємства.

Література

1. Гусев В.О. Державна інноваційна політика: методологія формування і впровадження: монографія / В.О. Гусев. – Юго-Восток, 2011. – 624 с.
2. Національна інноваційна система: зарубіжний досвід, стан в Україні: Аналітичні матеріали до парламентських слухань./ За ред. В.М. Гейця, Л.І. Федулової. – К.: ІЕП НАНУ, 2007. – 184 с.
3. Закон України «Про державну допомогу суб'єктам господарювання» від 01.07.2014 р. № 1555-VI [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>
4. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження критеріїв оцінки допустимості державної допомоги суб'єктам господарювання на проведення наукових досліджень, технічний розвиток та інноваційну діяльність» від 07.02.2018 р. № 118 [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>
5. Закон України «Про пріоритетні напрями розвитку науки і техніки» від 11.07. липня 2001 року № 2623-III (зі змінами) [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>
6. Закон України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» від 08.09.2011 р. № 3715-IV (зі змінами) [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>

Секція № 3

Активізація інноваційного підприємництва в Україні за умов глобальних соціогуманітарних та технологічних викликів

УДК 330.341

Максим Будяєв

асистент кафедри економіки підприємств,
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,
budyaev.maxim@gmail.com

ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ПІД ВПЛИВОМ «ІНТЕРНЕТУ РЕЧЕЙ»

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ ПОД ВЛИЯНИЕМ «ИНТЕРНЕТА ВЕЩЕЙ»

OPERATION OF ENTERPRISES UNDER THE INFLUENCE "INTERNET OF THINGS"

Анотація. В роботі розглянуто вплив інновацій, наприкладі концепції «Інтернету Речей» на функціонування підприємств та інших суб'єктів ринкових відносин. Висвітлено основні складові концепції та типову схему впровадження на підприємствах України.

Аннотация. В работе изучено влияние инноваций, на примере концепции «Интернет Вещей» на функционирование предприятий и других субъектов рыночных отношений. Освещено основные составные части концепции и типичную схему процесса внедрения системы на предприятиях Украины.

Abstract. In the article the influence of innovations, on the example of the concept of "Internet of Things" on functioning of enterprises and other subjects of market relations is considered. The main constituents of the concept and the typical scheme of implementation at the enterprises of Ukraine are highlighted.

На сьогоднішній день, під впливом тенденцій розвитку національної економіки, а також за умов ускладнення умов діяльності підприємств, актуалізується проблематика щодо визначення напрямів впливу останніх інноваційних концепцій на малий та середній бізнес. Вирішення даної проблематики дозволить підвищити ефективність діяльності, а також привабливість підприємств для інвесторів.

Дослідженню даного питання присвячено багато наукових праць іноземних і вітчизняних вчених, а також практиків таких як: І. О. Бланка, Ф. В. Бандуріна, С. А. Буткевича, Ф.П. Гайдуцького, Л. О. Мамуль, Т. А. Чернявської, Д. А. Епштайна, С. Естрина, К. Е. Мейера, С. Кашьяп, Д. Ламб, К. Аштон, Ф. Гонзалес-Наварро, Б. Флорес-Риос, Л. Буртсева, М. Асторга та інші [1].

Зміни сучасних технологій вносять вагомий внесок в функціонування підприємств всіх напрямків діяльності. Серед концепцій останнього десятиліття особливо помітною є концепція «Інтернет-речей» (від англ.: IoT - Internet of Things), яка характеризує важливий етап розвитку глобальної мережі, до якої приєднано великої кількості пристроїв, які здійснюють автоматизовану обробку інформації. В загальному плані основною метою будь-якої мережі є транспортна функція, тобто передача інформації між приватними мережами, користувачами та центрами обробки даних.

В свою чергу «Інтернет Речей» може бути визначений як мережа підключених сучасних пристроїв, а взаємодія в мережі представлена трьома видами: «Пристрій»-«Пристрій», «Пристрій»-«Користувач» та «Користувач»-«Користувач». Компанія Сіспрогнозує, що застосування «Інтернету-Речей» дозволить згенерувати близько 15 трлн. дол. США прибутку за наступну декаду у всіх галузях діяльності [2].

Впровадження в діяльність основних засад концепції «Інтернету-Речей» в першу чергу вплине на три основні складові:

- комунікацію;
- контроль та автоматизація;

- скорочення витрат.

Технологій «Інтернету речей» надають можливість персоналу аналізувати інформаційні потоки стосовно стану, завантаження, ефективності функціонування обладнання. Інформація, зазвичай, збирається сенсорами та в режимі 24\7 передається в центральний вузол. За поточних умов розвитку такі данні можливо було отримувати лише в ручному режимі з непостійною частотою оновлення. Для прикладу сенсори вбудовані в систему вентиляції та теплопостачання можуть сигналізувати про стан чистоти повітряних фільтрів. Іншим прикладом є відстеження маршрутів вантажівок (транспорту) за допомоги GPS. Збір та обробка такої інформації («Big Data») у майбутньому може дозволити скоротити витрати (часу та коштів). Іншим прикладом є відстеження положення всіх об'єктів (від крісел-каталок до дефібриляторів) всередині лікарні. Компанія Maersk (найбільший оператор контейнерних перевезень у світі з 1996 року.) використовує сенсори для відстеження місця та температури власних контейнерів-рефрижераторів [3].

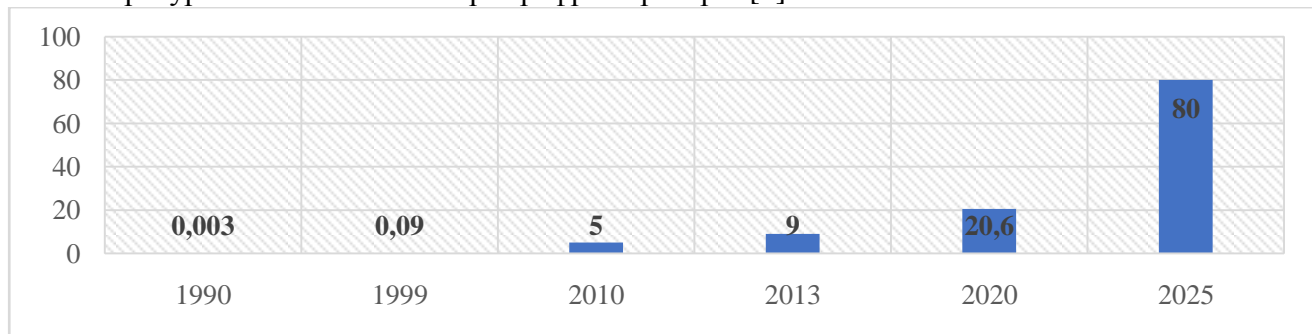


Рис.1. Прогноз кількості приєднаних до «Інтернету речей» пристроїв, млрд.од.

Джерело: KRC Research

В глобальному плані «Інтернет-речей» суттєво впливає на можливість дистанційного доступу з можливістю контролю та управління до агрегатів чи промислових ліній. В майбутньому інженери зможуть дистанційно вмикати чи вимикати обладнання (промисловість), регулювати клімат в теплицях чи ангарах (агробізнес). В свою чергу можливий зворотній зв'язок, коли датчики сигнализують про несправність чи помилку, а в розвиненому варіанті автоматично замовляють необхідні запчастини, формують графік ремонтів.

Однак, попри всі очевидні переваги для соціуму в цілому та підприємства, для власників впровадження засад «Інтернету Речей» несе в першу чергу економію коштів. Сенсори збирають реальну (замість прогнозованої) інформацію про стан обладнання, що дозволяє попереджувати поломки та проводити ремонти (чи заміну обладнання) ефективніше. Також аналіз доступних даних дозволить оптимізувати завантаження обладнання з можливістю в режимі реального часу змінювати його, покращить швидкість та якість процесу планування діяльності підприємства. Очевидним також є підвищення енергоефективності підприємств.

Для повного розуміння концепції «Інтернету Речей» необхідно проаналізувати механізм впровадження основних засад концепції на підприємстві[4]. В узагальненому вигляді він виглядає як послідовність з 4-х етапів, схематичне зображення яких указано на рис.2.

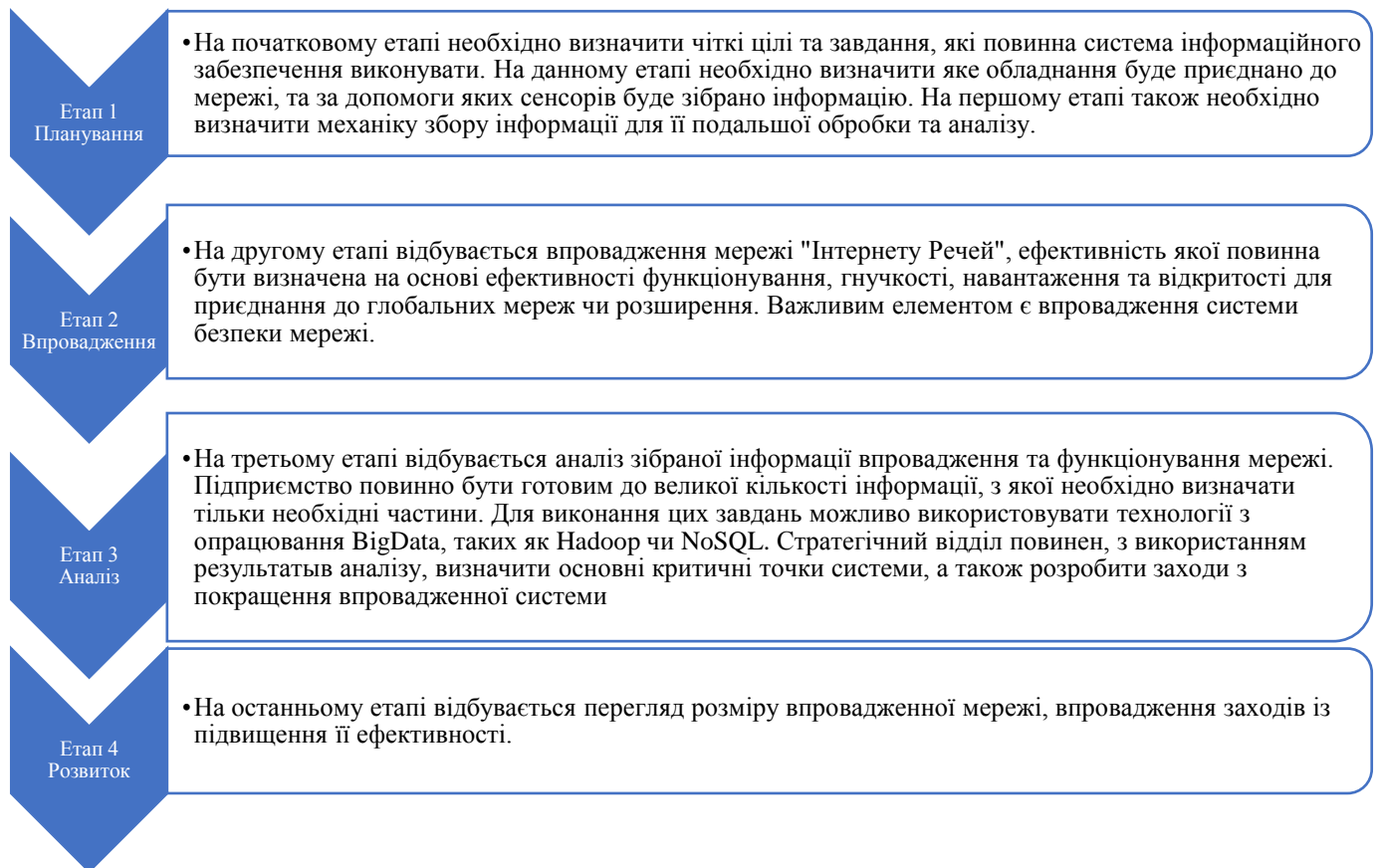


Рис.2. Схема механізму впровадження «Інтернету-Речей» на підприємствах

Джерело: KRC Research

Отже, сучасний розвиток технологій суттєво впливає не тільки на основні засади діяльності підприємств, а і на функціонування соціуму в цілому. В результаті компанії, які першими почнуть впроваджувати систему «Інтернет-Речей» отримують додаткові конкурентні переваги та матимуть вищу привабливість для інвесторів. Тому більшої актуальності набувають питання раціонального застосування та аналізу їх ефективності.

Література

1. EY Global Media Интернет вещей: Безграничные возможности взаимодействия человека и машины [Електронне джерело] – Режим доступу: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-mne-internet-of-things-rus/\\$File/EY-mne-internet-of-things-rus.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-mne-internet-of-things-rus/$File/EY-mne-internet-of-things-rus.pdf)
2. Swati Kashyap 10 Real World Applications of Internet of Things (IoT) [Електронне джерело] – Режим доступу: <https://www.analyticsvidhya.com/blog/2016/08/10-youtube-videos-explaining-the-real-world-applications-of-internet-of-things-iot/>
3. А. Й. Наконечний, З. С. Верес Интернет речей і сучасні технології [Електронне джерело] – Режим доступу: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/VNULP_2016_852_3.pdf
4. Marr B. How Big Data And The Internet Of Things Create Smarter Cities [Електронний ресурс]/ Bernard Marr // Forbes – Режим доступу до ресурсу: <http://www.forbes.com/sites/bernardmarr/2015/05/19/how-big-data-andthe-internet-of-things-create-smarter-cities/#60e178e63d8b>.

КРАУДФАНДИНГОВЕ ФІНАНСУВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ОРІЄНТОВАНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

КРАУДФАНДИНГОВОЕ ФИНАНСИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО- ОРИЕНТИРОВАННОГО БИЗНЕСА В УКРАИНЕ

CROWDFUNDING FINANCING OF SOCIAL-ORIENTED BUSINESS IN UKRAINE

Анотація. У дослідженні обґрунтовано переваги та недоліки краудфандингу в контексті активізації тенденцій людського розвитку сучасності. Доведено актуальність використання потенціалу краудфандингового фінансування соціально-орієнтованого бізнесу в Україні. Досліджено інноваційні напрями просування ідей збалансованого людського розвитку краудфандингової платформи «Велика Ідея» в Україні.

Аннотация. В исследовании обосновано преимущества и недостатки краудфандинга в контексте активизации современных тенденций человеческого развития. Доказана актуальность использования потенциала краудфандингового финансирования социально-ориентированного бизнеса в Украине. Исследованы инновационные направления продвижения идей сбалансированного человеческого развития краудфандинговой платформы «Большая Идея» в Украине.

Annotation. The advantages and disadvantages of crowdfunding are estimated within current research in the context of human development intensification nowadays. The accuracy of crowdfunding potential use for social-oriented business financing in Ukraine is proved. The innovative directions of sustainable human development ideas advancement within the "Big Idea" crowdfunding platform in Ukraine are investigated.

Розвиток інноваційно-орієнтованої економіки в умовах глобалізації та соціалізації господарських процесів сьогодення лежить в основі трансформації філософії бізнесу. На рівні суб'єкта господарювання все частіше відбувається зміна пріоритетів та цільових орієнтирів операційної та інноваційної діяльності, поєднання суто комерційних цілей із соціально-орієнтованими. Для забезпечення конкурентоспроможності вітчизняного суб'єкта бізнесу на вітчизняних та міжнародних ринках виявляється уже не достатнім лише виробляти якісну продукцію та приймати активну участь у розбудові інноваційного процесу. Актуалізуються питання підтримки глобальних цілей людського розвитку, соціальної відповідальності бізнесу, існування досвіду благодійної діяльності та соціальних інвестицій.

Одночасно, в контексті зростання значення теоретичних та прикладних аспектів людського розвитку, що зумовлює потребу побудови соціально-орієнтованого бізнесу, виникає нагальна проблема пошуку альтернативних джерел фінансування таких інвестицій. Актуалізація наведених вище питань зумовила їх появу у працях вітчизняних та зарубіжних дослідників, які, зокрема, наголошують на зростанні ролі інтернет-технологій у всіх сферах життєдіяльності суспільства. Це зумовлює виникнення та розвиток нового об'єкту досліджень – краудфандингу.

На практиці технології інтелектуального краудсорсингу передбачають інтелектуальну співпрацю носіїв неявних знань та вмінь на основі поєднання соціальними мережами. Така взаємодія спрямовується на спільне створення інтелектуального продукту, технологій інтеграції неявних знань значної кількості осіб («натовпу»). При чому, інтелектуальні взаємозв'язки не мають територіальних, корпоративних, професійних, соціальних та культурних обмежень [3].

Краудфандинг дає змогу розширити спектр доступних джерел фінансового забезпечення збалансованого людського розвитку. Проте, поряд із перевагами виокремлюємо також ряд обмежень краудфандингу (рис. 1).

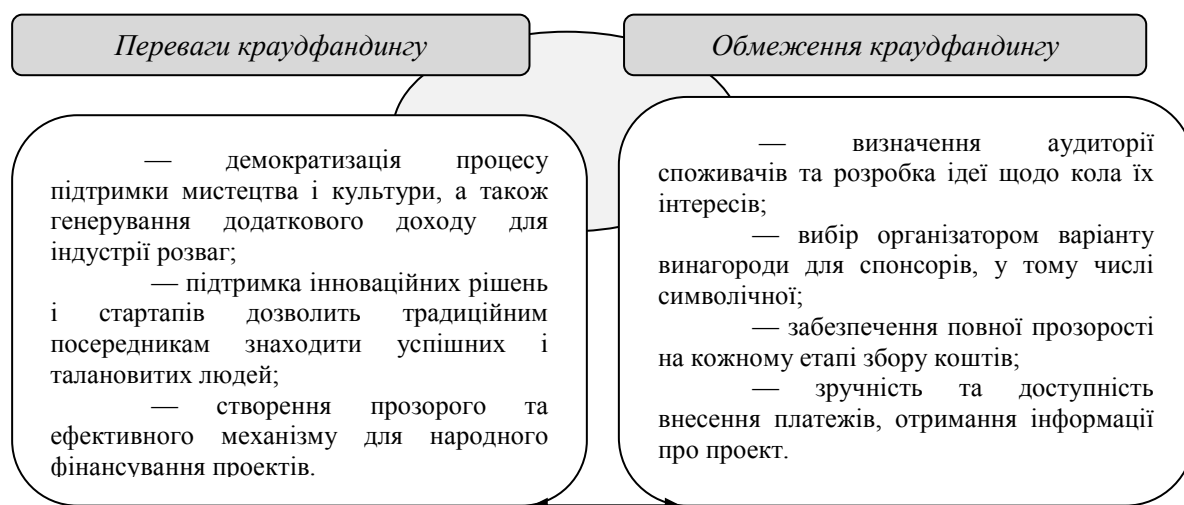


Рис.1. Переваги та обмеження краудфандингу як джерела забезпечення збалансованого людського розвитку*

* Джерело: узагальнено автором за [2; 4]

Обмеження краудфандингу мають здебільшого суб'єктивний характер, тому їх подолання можливе в результаті зростання ступеня поінформованості громадськості стосовно переваг та потенціалу краудфандингу для забезпечення збалансованого людського розвитку.

В контексті обґрунтування потенціалу альтернативних фінансових механізмів забезпечення збалансованого людського розвитку в Україні, варто звернути уваги на те, що протягом останніх років відбулося поширення інтернет-технологій на усі сфери людського життя. Так, згідно з дослідженням UniversalMcCann 81 % українських інтернет-користувачів зареєстровано нині як мінімум в одній соціальній мережі. Для порівняння: у США — 65 % [6].

В Україні краудфандинг все ще залишається новим явищем в контексті збалансованого людського розвитку. Наразі, відомими залишаються дві вітчизняні краудфандингові платформи: «Велика Ідея» (biggggidea.com.) та Na Starte. У 2016 році виникла ще одна краудфандингова платформа – КУБ, яка, здебільшого, має комерційну природу. Проте, соціальною є ціль платформи, яка полягає у створенні нових робочих місць, фінансуючи підприємців. У перспективі менеджери краудфандингової платформи планують створити близько одного мільйона додаткових робочих місць [5].

Найбільша вітчизняна краудфандинг платформа «Велика Ідея» створена на кошти, зібрані за посередництвом технології краудфандингу (38 260 грн замість необхідних 35 тис. грн). Проте, інші представлені на платформі проекти збирають дуже незначні суми (максимальна — 25 тис. грн)

Наразі, основними проектами для потреб яких здійснюється збір фінансових ресурсів у межах платформи є проекти у сфері освіти, охорони здоров'я, літератури, музики, журналістики та наукових досліджень. Потенціал краудфандингової платформи «Велика Ідея» полягає трансформації інноваційних напрямів просування ідей збалансованого людського розвитку (рис. 2).

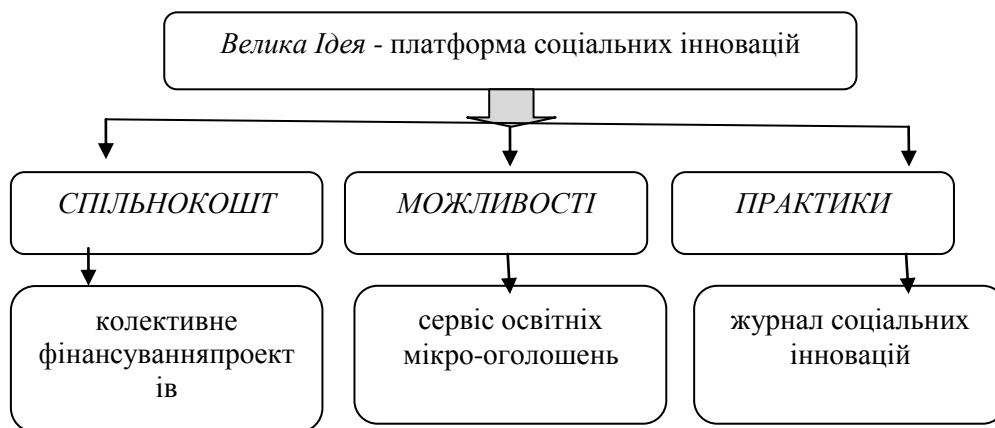


Рис 2. Інноваційні напрями просування ідей збалансованого людського розвитку платформи «Велика Ідея»*

* Джерело: узагальнено автором за [1]

«Спільнокошт» є типовим прикладом вітчизняного майданчика для збору фінансових ресурсів для реалізації проекту з метою побудови сильного та відкритого суспільства. Ключовими цілями платформи є пошук стартового капіталу для соціального бізнесу, збір коштів з метою розробки винаходу, зйомки фільму та інше.

«Можливості» презентує актуальні освітні міні-оголошення, здебільшого стосовно проектів соціально-культурного спрямування. Тобто, напрям «можливості» характеризує потенціал реалізації інформаційної функції за посередництвом краудфандинг-платформи.

«Практика» репрезентована у формі електронного журналу соціальних інновацій. Це спільний простір для інноваційних поглядів та взаємодії з колективним знанням. Ресурс висвітлює тенденції, які формують індустрії соціальних сервісів, креативного підприємництва та інноваційних екосистем. В межах напрямку звернуто увагу на наступні теми: екологія життя, технології та системи, підприємливе лідерство, спільнодія, інфопростір, глокалізація. Наведений напрям формує потенціал для інтеграції пріоритетів вітчизняної краудфандингової платформи із системою глобальних соціальних пріоритетів.

Таким чином, потенціал розбудови краудфандингу в Україні полягає не лише у вартісному прирості фінансових ресурсів, які можуть бути залученими за посередництвом платформи, але й у функціональній трансформації напрямів просування ідей збалансованого людського розвитку за посередництвом краудфандингу. Це формує надійну базу для подальшої диверсифікації напрямів соціально-орієнтованої діяльності бізнесу в Україні.

Література

1. Велика ідея. Краудфандингова платформа. Офіційний сайт. – Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://biggggidea.com/>
 2. Гернего Ю. Краудфандинг як інструмент інноваційного розвитку економіки / Ю. Гернего // Антикризисное управління економікою України: нові виклики : матеріали III Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції. – К. : КНЕУ. – 2015. – С. 28–32
 3. Джайлс М. Настоящие друзья / Мартин Джайлс // Мир в 2050 году; под. ред.. Д. Франклина и Дж. Эндрюса. – М.: Манн, Иванов и Фербер, Эксмо, 2013. – 368 с.
 4. Іващенко А. І. Перспективи розвитку краудфандингу в Україні як інструменту залучення коштів для підприємств малого та середнього бізнесу / А. І. Іващенко, Є. А. Поліщук, О. М. Діба // Інвестиції: практика та досвід. – 2016. – № 21. – С. 34-39.
- КУБ. Краудфандингова платформа. Офіційний сайт. – Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://kub.pb.ua/>

Олександр Грабовенко
заступник директора з економічних питань ТОВ «АЛЬТІС-ДИЗАЙН»,
аспірант кафедри Стратегії підприємств,
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,
o.v.grabovenko@ukr.net

АНАЛІТИЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА РИНКОВИХ ПЕРЕДУМОВ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПРОТИПОЖЕЖНОЇ БЕЗПЕКИ НА ЗАСАДАХ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

АНАЛИТИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНОЧНЫХ ПРЕДПОСЫЛОК ДИВЕРСИФИКАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ В СФЕРЕ ПРОТИВОПОЖАРНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ НА ОСНОВЕ ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

ANALYTICAL CHARACTERISTICS OF MARKET PREREQUISITES FOR THE DIVERSIFICATION OF ENTERPRISES IN THE FIELD OF FIRE PREVENTION BASED ON INNOVATIVE ENTREPRENEURSHIP

Анотація. Автор аналізує роль інноваційного підприємництва в економічному розвитку сучасних підприємств, досліджує проблематику розвитку підприємств традиційних сфер діяльності на прикладі підприємств сфери послуг протипожежного призначення, виявляє перспективні напрямки їх диверсифікації на засадах інноваційного підприємництва.

Аннотация. Автор анализирует роль инновационного предпринимательства в экономическом развитии современных предприятий, исследует проблематику развития предприятий традиционных сфер деятельности на примере предприятий сферы услуг противопожарного назначения, выявляет перспективные направления их диверсификации на основе инновационного предпринимательства.

Abstract. Author analyzes the role of innovative entrepreneurship in the economic development of modern enterprises, investigates the problems of the enterprises' development of traditional spheres of business activity on the fire-prevention companies and highlights the perspective directions of its diversification based on innovative entrepreneurship.

Для нової моделі розвитку економіки характерні якісно нові особливості і пріоритети. Діяльність вітчизняних підприємств показує, що більшості з них притаманний традиційний (класичний) тип підприємництва, тоді як сьогодні чільне місце у розвитку світових компаній займають наука, технології та інновації, що по-суті є вирішальними факторами суспільного розвитку. Інноваційна спрямованість підприємництва дозволяє забезпечити бізнесу конкурентні переваги, зміцнити ринкові позиції, пристосуватися до швидкоплинних змін середовища господарювання, викликаних «ною» економікою. Виникає потреба у постійному пошуку шляхів розвитку підприємства за рахунок впровадження інновацій, що ще у 1911р. дослідив і описав Й. Шумпетер [7].

Інноваційне підприємництво повністю базується на інноваціях, й не обмежене виключно якісно новим товаром чи ринком. Воно передбачає застосування інновацій на всіх рівнях та у всіх сферах діяльності підприємства, й розглядається як практичне втілення якісно нових рішень на кожній ланці бізнес-процесів [3, с.8]. Зрештою, саме пошук та втілення нових рішень становлять суть інноваційного підприємництва.

Підприємства традиційних сфер господарювання в умовах «нової» економіки стикаються із проблемами ефективного господарювання, зокрема з неможливістю відповідати постійним змінам потреб та бажань клієнтів, трендам ринку/галузі тощо. Яскравим прикладом наявності таких проблем є діяльність компаній, що надають послуги протипожежного призначення. Вони діють на ринку протипожежних послуг в Україні, що характеризується старінням традиційних продуктів (послуг). Це пов'язано, по-перше, з повною урегульованістю бізнесу органами державного нагляду й контролю, які прямо впливають на попит, по-друге, з унормованістю послуг, де зміни нормативно-правових актів

та державних будівельних норм щодо пожежної безпеки зумовлюють моментальне відкидання непотрібних напрямків діяльності чи навпаки породжують появу нових. По-третє, зміни в ліцензійних умовах провадження господарської діяльності впливають на структуру продуктового портфеля підприємств (набору конкретних товарів та послуг). По-четверте, відсутність відповідальності за невиконання заходів з пожежної безпеки суб'єктами господарювання. За проведеним автором дослідженням, багато підприємців готові відмовитися від витрачання коштів на рішення в сфері пожежної безпеки у разі, якщо держава не вимагатиме впровадження цих рішень в їх організації. Інакше кажучи, виникає ризик скорочення попиту на такі послуги через ментальні особливості суспільства, яке готове ризикувати життям, здоров'ям, втратою майна, аби не вкладати кошти у «недохідні» напрямки. Перші наслідки цього процесу вже можна спостерігати через зростання кількості пожеж лише за період мораторію на перевірки бізнесу у т.ч. органами ДСНС [2]. Важко уявити наслідки від повної відмови державного нагляду цієї сфери.

У той же час клієнтам цікаві конкретні («коробкові») рішення [5] та комплексні рішення в сфері безпеки [1], що суттєво зможуть заощадити бюджет на капітальне будівництво чи реконструкцію їхнього об'єкта. Такі ринкові тенденції відкривають нові можливості діяльності досліджуваних підприємств, що набувають форми їх розвитку шляхом постійного пошуку нових рішень, у зв'язку зі зміною «профілю цінності» продукту у клієнта. Урізноманітнення діяльності підприємств у такі напрямки є класичним проявом диверсифікації, що дозволить протистояти ринковим викликам.

Вітчизняний ринок пожежної безпеки можна класифікувати за кінцевим призначенням продуктів – ринок товарів (матеріали, обладнання) та ринок надання послуг протипожежної безпеки (перетворення матеріалів та обладнання в рішення для клієнта). Оскільки суть пожежної безпеки проявляється у реалізованому рішенні для клієнта, компанії-виробники товарів є менш цікавими в цьому сенсі, оскільки реалізація їх товарів на пряму залежить від попиту на послуги монтажних компаній, основним продуктом яких рішення з пожежної безпеки.

Серед найсуттєвіших викликів даного ринку можна виділити наступні: відсутність механізму відповідальності за недотримання норм і правил з пожежної безпеки суб'єктами господарювання, відсутність у підприємців свідомого сприйняття забезпечення пожежної безпеки як невід'ємного явища у господарській діяльності, неналежна увага до наслідків відсутності заходів протипожежного захисту у мас-медіа, нестача коштів для фінансування рішень у сфері пожежної безпеки у компаній, висока вартість обладнання і матеріалів систем протипожежного захисту, застарілі норми, які регламентують пожежну безпеку на об'єктах, та унеможливають використання продуктів-рішень, що ними не визначені, повна залежність кон'юнктури від змін законодавчої бази, зміна філософії цінності послуг у клієнтів.

Оцінка за п'ятьма конкурентними силами (М.Портер) [4] показує, що найбільшу загрозу для суб'єктів ринку становлять існуючі конкуренти через значну монополізацію ринку, загроза появи нових конкурентів менш суттєва через високі «вхідні бар'єри» (ліцензування, сертифікація, професійне навчання фахівців). Загроза ж появи замінників на сьогодні відсутня через чітко регламентовані нормами техніко-технологічні рішення у сфері пожежної безпеки. Є високим вплив постачальників, оскільки, враховуючи ціновий критерій, споживач послуг неготовий оплачувати дороге обладнання з-за кордону й орієнтує закупівельну політику монтажних організацій на вітчизняного виробника, а це, здебільшого, ринок олігополії, а деякі виробники взагалі монополісти.

Продуктовий портфель більшості монтажних компаній складається із традиційних сфер діяльності і має орієнтовно таку структуру: системи пожежної автоматики – 51% (системи пожежної сигналізації, оповіщення про пожежу та управління евакуаванням людей, системи пожежогасіння – водяні, пінні, газові, аерозольні), вогнезахист – 31% (дерев'яних, металевих конструкцій, димоходів, кабелів та кабельних проходок, коврових покриттів тощо), протипожежні перегородки – 7% (двері, ворота, люки, екрани, клапани,

завіси); системи блискавкозахисту – 4%, технічне обслуговування систем протипожежного захисту (2%), експертна оцінка протипожежного стану об'єктів і документування – 2%, інші – 3%.

Аналіз доходів монтажних компаній за останні три роки, що діють на ринку пожежної безпеки й пропонують ці послуги лише підтверджує висунуті твердження щодо старіння традиційних продуктів (послуг). Про це свідчить зниження рівня рентабельності продажів (рис. 1).

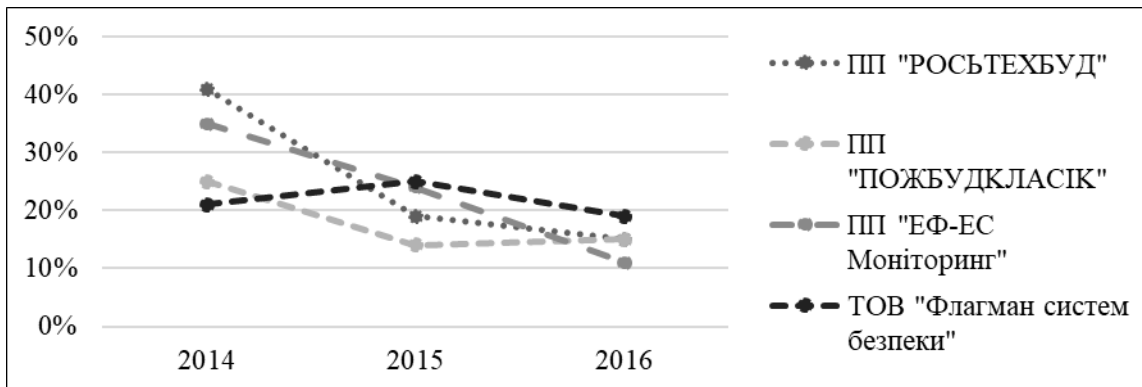


Рис. 1 Динаміка рентабельності продажів монтажних компаній ринку пожежної безпеки

Таким чином, аналіз показує, що існуюча ринкова ситуація є вкрай несприятливою, а для компаній, фокусування чи диференціація продуктів пожежної безпеки яких просто не спрацює через приведені ринкові виклики, диверсифікація послуг є чи не єдиним раціональним рішенням. Вона дасть можливість підприємствам протистояти приведеним вище викликам й дозволить забезпечити:

- виживання підприємств й стабілізацію грошових надходжень у періоди спаду попиту на рішення безпеки через державне регулювання, сезонність певних робіт, у періоди відсутності фінансування об'єктів коштами з державного бюджету тощо;

- отримання додаткових прибутків поза межами традиційної сфери господарювання підприємства;

- протистояння змінам законодавчої бази, що може виявитися у скороченні попиту на певні напрямки чи сегменти, або їх непотрібності взагалі (несприятлива кон'юнктура);

- економію матеріальних ресурсів завдяки їх використанні у супутніх послугах;

- ефективність від використання управлінського персоналу та спеціалістів для генерування окремих та/або додаткових послуг в межах своєї кваліфікації;

- просування одночасно декількох послуг (рішень) завдяки принципу комплексного замовлення клієнта;

- зниження ризиків через зменшення залежності компаній від однієї продуктової лінії (ринкового сегмента);

- незначні витрати на просування деяких нових послуг, що не потребують капітальних інвестицій, перекваліфікації персоналу тощо завдяки подібності змісту й складу робіт в межах існуючого портфеля.

Це все в свою чергу дозволить забезпечити компаніям конкурентоспроможність та суттєво знизити ризики кон'юнктурних коливань.

Враховуючи попит на «коробкові» та комплексні рішення, пропонуємо наступні перспективні клієнтоорієнтовані шляхи диверсифікації продуктового портфелю монтажних організацій ринку пожежної безпеки:

- 1) комплексне рішення пожежної безпеки для клієнта, яке включає в себе усі необхідні послуги з максимальною економічністю (диверсифікація в супутні продукти);

- 2) комплексне рішення безпеки організації, яке включає в себе рішення з пожежної та охоронної безпеки (охоронна сигналізація, відеоспостереження, контроль доступу, фізична охорона тощо);

- 3) комплексне рішення безпеки бізнесу, яке, окрім попередніх двох, включає інформаційну та економічну безпеку і т.п.;
- 4) комплексне рішення інженерних мереж, що являє собою мікс монтажу, наприклад, електрифікація, улаштування технологічного обладнання і монтаж систем безпеки (із першого, другого рішення, чи їх одночасно з двох);
- 5) вресіт-решт, комплексне рішення, що забезпечуватиме повне функціонування об'єкту («від фундаменту до покрівлі»);
- б) окрема послуга з пакету будь-якого комплексного рішення; забезпечення окремої функції під потреби замовника («коробкове рішення») у сферах, що не регулюються державою.

Перше комплексне рішення потребує диверсифікації в супутні продукти, та/або відносної диверсифікації, друге – пов'язаної диверсифікації, третє й четверте – непов'язаної (безвідносної), п'яте передбачає зміну центру тяжіння. Останній шлях диверсифікації може характеризуватися кожним видом диверсифікації. Класифікація видів диверсифікації адаптована за дослідженням Є. Прохорової [6].

Представлене дослідження показує, що основним способом економічного розвитку підприємств сфери надання послуг протипожежної безпеки є їх диверсифікація на засадах інноваційного підприємництва, яка передбачає впровадження на підприємствах інноваційних управлінських рішень щодо створення нової цінності для клієнта (диверсифікація ціннісної пропозиції).

Література

1. Аналітика ринка безпеки України - противоречия и выводы экспертов [Електронний ресурс] // Security.ua. – Режим доступу до ресурсу: http://security.ua/articles/analytics/analitika_rynka_bezopasnosti_ukrainy_protivorechiya_i_vyvody_expertov/. (10.03.2018р.)
2. Бодня Т. Микола Чечоткін: Розглядається версія про те, що пожежну сигналізацію "Вікторії" відключив персонал [Електронний ресурс] / Тетяна Бодня // Цензор.НЕТ. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: https://ua.censor.net.ua/resonance/458856/mykola_chechotkin_rozglyadayetsya_versiya_pro_te_scho_p_ovejnu_sygnalizatsiyu_viktoriyi_vidklyuchyv_personal. (10.03.2018р.)
3. Водачек Л. Стратегия управления инновациями на предприятии/ Л. Водачек, О. Водачкова; [сокр. пер. со словац.].—М.: Экономика, 1989. —167 с. —С. 8.
4. Джоан Магретта. Ключевые идеи. Майкл Портер — М.: «Манн, Иванов и Фербер», 2013. — С. 272.
5. Приходько И. Экономика рынка безопасности Украины уходит в «коробку» [Електронний ресурс] / И. Приходько // Security.ua. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <http://security.ua/top/economy/ekonomika-rynka-bezopasnosti-ukrainy-ukhodit-v-korobku/>. (10.03.2018р.)
6. Прохорова Е. В. Взаимосвязь интеграционных и диверсификационных стратегий предприятия / Е. В. Прохорова // Вестник Белорусского государственного экономического университета. - 2006. - N 4. - С. 17-24.
7. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития: Дослідження прибутків, капіталу, кредиту, відсотка та економічного циклу / Перекл. з англ. В. Сторка. – К.: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2011. – 242 с.

ФОРМУВАННЯ СУЧАСНОЇ ПАРАДИГМИ «ЦИФРОВИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ» ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

ФОРМИРОВАНИЕ СОВРЕМЕННОЙ ПАРАДИГМЫ «ЦИФРОВЫХ ТРАНСФОРМАЦИЙ» ЭКОНОМИКИ УКРАИНЫ

FORMATION OF MODERN PARADIGM "DIGITAL TRANSFORMATIONS" OF THE ECONOMY OF UKRAINE

Анотація. Проблематика дослідження цифрової економіки є дещо новою для української економічної думки. Автором зроблено спробу науково-теоретичного обґрунтування й тлумачення економічних категорій, за умов сучасних соціально-економічних трансформацій, які відбуваються в українському суспільстві.

Аннотация. Объектом исследования - является процесс цифровизации экономики Украины. Проблематика исследования цифровой экономики является несколько новой для украинского экономической мысли. Автором предпринята попытка научно-теоретического обоснования и толкования экономических категорий, в условиях современных социально-экономических трансформаций, которые происходят в украинском обществе.

Abstract. The research problem of the digital economy is a bit new for Ukrainian economic thought. The author attempts to scientifically substantiate and interpret economic categories, in the context of contemporary socio-economic transformations taking place in Ukrainian society.

Актуальність. За сучасних умов важко з'ясувати витoki і генезу концепції «інформаційно-мережевої економіки», адже на термінологічному рівні ідеї «постіндустріального розвитку» та «інформаційного суспільства» спочатку мали помітне соціалістичне забарвлення. Є думка, що ці поняття зобов'язані своїм походженням англійським лівим соціалістам, які дотримувалися марксистської концепції, і в такий спосіб, намагались визначити особливості форм економічної влади на протигау індустріального (капіталістичного) ладу.

Постановка завдання. Метою дослідження є систематизація, узагальнення та розвиток наукових поглядів щодо цифровізації економіки (digitalization of the economy) в межах основних концепцій. В поглибленому розумінні економічних змін, що відбуваються в українському суспільстві, з метою теоретичного обґрунтування й тлумачення економічних категорій за умов сучасних соціально-економічних трансформацій.

Виклад результатів дослідження. Аналіз різних джерел в царині економічної теорії дозволив зробити висновок про неоднозначність тлумачення концептуальних засад «інформаційно-мережевої економіки» на тлі соціально-економічних трансформацій, пов'язаних з інформатизацією суспільства. Але у науковій спільноті та експертного середовища відбувається усвідомлення наявних викликів щодо інструментів розвитку цифрових інфраструктур, необхідність набуття суспільством цифрових компетенцій, а також визначення критичних сфер та проектів цифровізації: стимулювання внутрішнього ринку та вітчизняного бізнесу; використання та споживання інформаційних - цифрових технологій, як каталізатора розвитку товарного ринку[1 ; 2].

Необхідно зазначити, що концептуальне тлумачення економічних категорій, зокрема, семантика та дефініції термінів: інформаційно-мережева економіка; цифрова економіка; цифровізація (диджиталізація); інформаційне суспільство; цифрова безпека; медіакратія (від англ. - mediokratie); нетократія (від англ. - netocracy); цифрові компетенції (навички) й досі лишаються нечіткими.

На нашу думку, теоретичне обґрунтування та тлумачення цих понять деякими вченими, спираються виключно на етимологію запозичених зарубіжних, переважно англослов'янських за походженням термінів. Вважаємо, що семантика та дефініції вимагають уточнення і наразі придатні для опису лише теоретично можливих майбутніх змін у суспільстві (див. рис. 1).

На нашу думку, важливою складовою «цифрової трансформації економіки» України є цифровізація освітніх процесів та набуття цифрових компетенцій (навичок) суспільством на шляху до поглиблення європейської інтеграції.

Огляд основних технологічних трендів цифровізації економіки України і світу, дозволяє зробити висновок, що найбільш проривні, креативні і ефективні проекти в бізнесі так чи інакше використовують цифрові технології, часто вдало поєднуючи їх з класичними прийомами. Цифрові технології призвели до глобальних змін у нашому житті – зникають професії, людей замінюють роботи зі штучним інтелектом, потік інформації збільшується кожного дня й ми просто не встигаємо за ним.

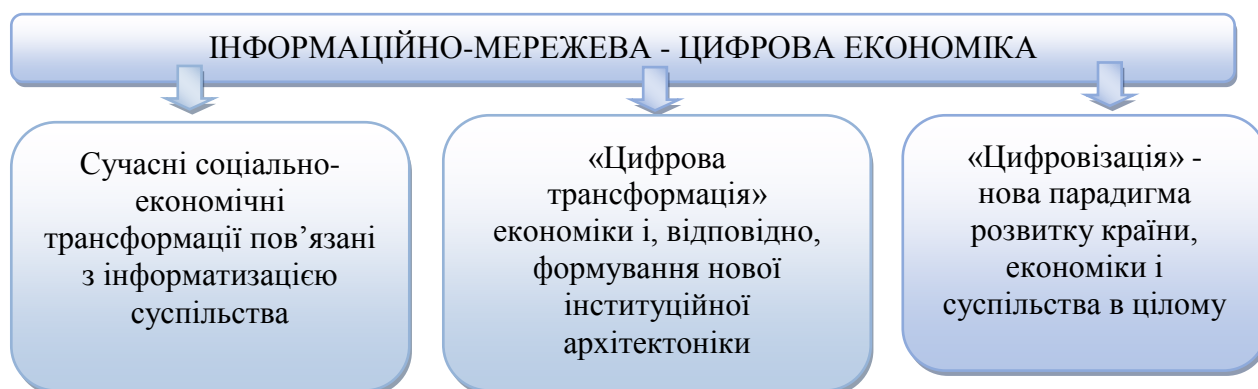


Рис. 1. Авторський підхід до тлумачення економічних категорій «інформаційно-мережева» – «цифрова економіка»

Важливою складовою цифрової трансформації економіки України – є цифровізація освітніх процесів та набуття цифрових компетенцій громадянами на шляху до поглиблення європейської інтеграції.

Розвиток цифрової економіки має великий вплив на ринок праці: змінюється структура зайнятості, виникають нові вимоги до професійних компетенцій, зростає попит на фахівців в галузі ІКТ. Громадяни зайняті практично у всіх галузях економіки мають оволодіти цифровими навичками роботи з інформацією із застосуванням сучасних засобів телекомунікацій та програмних продуктів.

Європейська Комісія просуває різні ініціативи, спрямовані, як на підвищення цифрових компетенцій робочої сили, так і для споживачів; модернізацію освіти в усіх країнах ЄС; освоєння цифрових технологій для навчання і для визнання і перевірки навичок; прогнозування й аналізу потреб у навичках.

«Навички» означає здатність застосовувати знання та використовувати ноу-хау для виконання завдань і вирішення проблем. У контексті «Європейської рамки кваліфікацій», навички описуються як когнітивні або практичні. Цифрова економіка має життєво важливе значення для інновацій, зростання, робочих місць і конкурентоспроможності України на шляху євроінтеграції. Поширення цифрових технологій має великий вплив на ринок праці і тип навичок, необхідних в економіці і суспільстві.

Для того, щоб мати можливість заповнити розрив у цифровій компетентності, необхідно зрозуміти і визначити, що таке цифрова компетентність. В Європейській рекомендації про ключові компетенції, «цифрова компетентність» була визнана однією з 8 ключових компетенцій безперервного навчання в країнах Європейського Союзу. Цифрову компетентність може бути в широкому сенсі визначено як впевненість, критичне і творче використання ІКТ для досягнення цілей, пов'язаних з роботою, зайнятістю, навчанням, відпочинком, інклюзивністю в житті суспільства.

Цифрова компетентність - набір знань і вмінь, які необхідні для безпечного і ефективного використання цифрових технологій і ресурсів Інтернету. Включає: цифрове споживання; цифрові компетенції; цифрову безпеку. Тобто, здатність використовувати і створювати контент на основі цифрових технологій, включаючи пошук і обмін інформацією, відповіді на питання, взаємодія з іншими людьми і комп'ютерне програмування.

Цифрова безпека - вміння використовувати ІКТ впевнено, безпечно і ефективно. Вміння користуватися офісним програмним забезпеченням, таким як текстові процесори, програмне забезпечення для електронної пошти та презентацій; можливість створювати і редагувати зображення / аудіо / відео; можливість використання веб-браузера та інтернет-пошукових систем.

Література

1. Данников О.В. «Использование информационных технологий как средства конверсии в управлении продажами» Маркетинг і цифрові технології: зб. матеріалів II Міжнар. наук.-практ. конф. 26-27 травня 2016р., м. Одеса// ОНПУ. - ТЕС, 2016. - с. 54-56;
2. Данников О.В. «Развиток цифровых компетенций в условиях информатизации общества» Міжнар. наук.-практ. конф. 2018р., м. Київ /КНЕУ., 2018. [Electronic Resource]//–Mode of access: <https://www.slideshare.net/OlegDannikov/dannikov> – Last access: 01.03.2018 – Title from the screen

УДК : 330.1:330.8

Любов Дзюбенко

*к. е. н., доцент кафедри економіки підприємств,
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,*

dzubenko_luba@ukr.net

Олександра Токарчук

*студентка 5 курсу факультету економіки та управління
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,*

sandytokarchuk@gmail.com

МОДЕЛЬ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ЯК ПОЄДНАННЯ БІЗНЕСУ, МИСТЕЦТВА ТА ТЕХНОЛОГІЙ

МОДЕЛЬ ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА КАК СОЕДИНЕНИЕ БИЗНЕСА, ИСКУССТВА И ТЕХНОЛОГИЙ

MODEL OF INNOVATIVE ENTREPRENEURSHIP AS A COMBINATION OF BUSINESS, ART AND TECHNOLOGY

Анотація. В роботі досліджено взаємозв'язок трьох елементів: ділового досвіду, гуманістичного мислення та наукового знання, як моделі інноваційного підприємництва та проаналізовано створення нових цінностей на перетині трьох вимірів: бізнесу, мистецтва та науки.

Аннотация. В работе исследовано взаимосвязь трех элементов: делового опыта, гуманистического мышления и знания науки, как модели инновационного предпринимательства и проанализировано создание новых ценностей на пересечении трех измерений: бизнеса, искусства и науки.

Abstract. The article describes the interconnection of three elements: business experience, humanistic thinking and knowledge of science as a model of innovation entrepreneurship and analyzed the creation of new values at the intersection of three dimensions: business, art and science.

Важлива роль підприємництва для економічного зростання та піднесення, а також його вплив на створення робочих місць у розвинених країнах та країнах, що розвиваються є широко визнана та неодноразово досліджена [1]. Зокрема згідно з даними Get2growth [2] щороку створюються понад 100 мільйонів нових компаній, з яких лише 1,35% - технологічні

компанії, і відповідно до Індексу підприємницької діяльності Кауфмана [3] майже чверть нових підприємств у США почали підприємницьку діяльність у віці від 55 років.

Почати займатися підприємництвом чи відкрити свій стартап, на перший погляд, здається, найголовнішим завданням для підприємця, але більш важливим є втримати свої позиції на ринку. Так, дані представлені Statistic Brain [4], показують, що рівень закриття підприємств, які діяли на ринку до п'яти років становить 55%, а рівень закриття підприємств які досягли позначки в 10 років становить 71%. Отже, до стабільного підприємництва, та багаторічної діяльності на ринках доходить близько 29% усіх підприємств.

Починаючи з 1776 року, коли Адам Сміт опублікував "Багатство народів" до роботи Самуельсона "Основи економічного аналізу" (1947), і аж до сучасності, економіка та бізнес-напрямки шукали власного простору як для науки, так і як для організованого та систематичного світогляду, що зокрема визначає головною метою діяльності підприємця чи бізнесмена - отримання прибутку. Виходячи з цього бачення, безумовно, необхідно ефективно використовувати ресурси (мінімізувати витрати) та мати можливість отримувати відповідну інформацію з ринків, щоб пропонувати товари там, де є найбільший попит (і найкраща ціна); однак цей пошуковий запит на отримання прибутку, як єдине важливе завдання, не бере до уваги тісну подібність творчості, мистецтва, науки та підприємництва.

Відповідно до нашого дослідження, підприємницька діяльність або підприємництво можуть розглядатися як вияв здатності людини до творчості, яка реалізується у світі бізнесу або в інших сферах суспільства. Коли ми згадуємо про необхідність отримання відповідної інформації з ринків, щоб запропонувати продукцію там, де є найвищий попит та найвища ціна, це є відкриття концепції можливостей підприємництва; коли ж ми кажемо про ефективність використання ресурсів, щоб мінімізувати витрати, це відповідає новим комбінаціям чинників, згаданих Шумпетером.

Інноваційне креативне бачення ж здатне виявити необмежені можливості, дозволяє повністю перебудувати світ і торгівлю, а також через нові комбінації факторів, відкриває напрямки, яких раніше не існувало. У діловому світі творчість - не що інше, як вираження людського потенціалу в контексті ринків.

Бізнес-сектори та ринки, на яких вони конкурують, мають свої правила, які вимагають дисциплінарного підходу до творчості [5]. Проте, на жаль, в сучасних умовах, креативності в бізнесі приділяється не так багато уваги. Через відсутність творчого потенціалу або через їхню нестачу в компаніях, в умовах конкурентної боротьби підприємства не можуть залишатися на ринках, і це пояснює те, що 55% підприємств зникають у перші 5 років діяльності [4].

Ринок має свої правила гри та надає перевагу тим підприємствам, які набувають форми технічної, організаційної, соціальної та економічної творчості. Це зумовлено тим, що саме така модель підприємницької діяльності може вижити в складному середовищі, в якому ринки залежать від економічних циклів, та часто переживають стадії падіння та криз.

А ще варто врахувати, що природа також має свої правила та екологічні межі, за рамки яких не варто виходити. Але, на жаль, підприємства, в погоні за прибутком часто не зважають на природне середовище. Хоча й правові обмеження, з боку держави стають дедалі більшими, вони не такі ефективні, як культура, за допомогою якої, обізнаність поширюється на всю планету [6], і це змінює поведінку споживачів і зобов'язує їх змінювати форми творчості та виробництва в діловому світі.

Вітрувіанський чоловік, намальований Леонардо Да Вінчі близько 1490 року, є символом гармонії, канону пропорцій та уявлення про досконалість. Образ вітрувіанської людини зображує суміш мистецтва та науки в епоху Відродження і є основою теорій пропорцій у мистецтві та архітектурі. Він виступає як збірник симетрії та балансу, яка повинна бути досягнута та гармонізована у соціальних та економічних сферах, з метою реалізації досвіду у бізнесі; ноу-хау в науці і техніці, та сприяти гуманістичному виміру розвитку. Ця конвергенція передбачає культуру, яка одночасно дозволяє підвищити

добробут та стійкість, культуру, яка буде все більше відрізнятися зростанням нематеріальних активів у нашому споживчому кошику.

Малюнок намагається ілюструвати ідею, про те, що людське тіло може бути зроблено таким чином, щоб він містився всередині кола та площі. Це набагато більше, ніж просто геометричний підхід, образ прийнятий для ілюстрації того, до чого повинні прагнути інноваційні підприємці, а саме створення цінностей на перетині трьох вимірів: бізнесу, мистецтва та науки.

Дослідження бізнесу необхідне для аналізу ринку, стратегічного планування, вибору цільових груп, сегментації, позиціонування та задоволення потреб покупця. Звісно, принципи фінансування, менеджменту та бухгалтерського обліку є обов'язковою для підприємців, але гуманістичне мислення є не менш важливим для створення гармонії в компанії, в її продуктах та в процесах, щоб в кінцевому підсумку проектувати продукти як твори мистецтва.

Соціальна справедливість, стійкість і повага до навколишнього середовища та спільноти в цілому є такими ж важливими як і фінансові навички. Наукове знання дозволить використовувати технологію для покращення ефективності компанії, досконалого виконання поставлених завдань, а також для охоплення більшої частини клієнтів.

Незалежно від характеру запропонованого продукту або послуг, інноваційні підприємці, які прагнуть розвивати стійку компанію, повинні об'єднати три основні елементи: діловий досвід, гуманістичне мислення та наукове знання.

Отже, модель інноваційного підприємництва повинна перебувати на перетині бізнесу, мистецтва та технологій. Важливим є те, що їх необхідно розглядати рівними частинами при розробці, створенні та виконанні, задля забезпечення гармонійного розвитку компанії. Чим більше ці три елементи перетинаються між собою, тим більше компанія буде інноваційною та конкурентоспроможною, і матиме стійкішу економіку. Чим більше ці три елементи накладаються, тим більше в компанії буде диференційована ціннісна пропозиція, і тим складніше робити копії продукту, що в кінцевому результаті забезпечує унікальність товару та створення блакитного океану бізнесу.

Отже, стартапи, що базуються лише на комерційних або технологічних ідеях, не є конкурентоспроможними і в кінцевому підсумку не виживають [2]. Крім того, нові підприємства, які в основному зосереджують свою операційну діяльність та виконання на комерційному або технологічному розвитку, не створюють основи для сталого майбутнього. Нова модель інноваційного підприємництва потребує врахування й такого елемента як творчість, задля забезпечення стійкого розвитку та процвітання компанії.

Література

1. ОЕСР (2017). Підприємництво та бізнес-статистика. [Електроннийресурс].– Режимдоступу:<http://www.oecd.org/sdd/business-stats/entrepreneurship-at-a-glance-22266941.htm>
2. Get2growth (2015), How many startups are there? [Електроннийресурс].– Режимдоступу:<http://get2growth.com/how-many-startups/>
3. Фейрлі, Р. У. (2013). Кауфман Індекс підприємницької активності. [Електроннийресурс].– Режимдоступу:http://www.kauffman.org/~media/kauffman_org/research%20reports%20and%20covers/2013/04/kiea_2013_report.pdf
4. Statistic Brain (2017). Startup business failure rate by industry. [Електроннийресурс].– Режимдоступу: <http://www.statisticbrain.com/startup-failure-by-industry/>
5. Трейсі, П., Філіпс, Н., Джарвіс О. Залучення інституційного підприємництва та створення нових організаційних форм: багаторівнева модель./ П/ Трейсі, Н.Філіпс, , О. Джарвіс - Організація Наука, 2011. - 22, 60-80.
6. Мартін, К. Дж. Економіка обміну: шлях до стійкості або жажлива форма неоліберального капіталізму?/ Дж. К. Мартін - Екологічна економіка, 2016.- 121, 135-153.

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО: ІННОВАЦІЙНИЙ ВЕКТОР РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: ИННОВАЦИОННЫЙ ВЕКТОР РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ

SOCIALENTREPRENEURSHIP: INNOVATION VECTOR OF ECONOMY

Анотація. В статті обґрунтована актуальність розвитку соціального підприємництва як ключового інструменту зміни концепції соціальної політики та ролі держави щодо сприяння соціальній інтеграції, збільшення зайнятості та зменшення бідності, активізації населення, інноваційного розвитку суспільства, поліпшення іміджу країни. Розглядаються теоретичні підходи до розуміння сутності соціального підприємництва та соціальних інновацій, визначені критерії віднесення підприємств до соціальних, запропоновано авторське визначення поняття «соціальне підприємництво».

Аннотация. В статье обоснована актуальность развития социального предпринимательства как ключевого инструмента изменения концепции социальной политики и роли государства касательно содействия социальной интеграции, увеличения занятости и сокращению бедности, активизации населения, инновационного развития общества, улучшения имиджа страны. Рассматриваются теоретические подходы к пониманию сущности социального предпринимательства и социальных инноваций, определены критерии отнесения предприятий к социальным, предложено авторское определение понятия «социальное предпринимательство».

Abstract. The article substantiates the relevance of the development of social entrepreneurship as a key tool for changing the concept of social policy and the role of the state in promoting social integration, increasing employment and reducing poverty, activating the population, innovative society development, and improving the image of the country. The theoretical approaches to the understanding of the essence of social entrepreneurship and social innovations are considered, the criteria for assigning enterprises to social ones are defined, the author's definition of the concept of "social entrepreneurship" is proposed.

Ключовим трендом в сучасному економічному мисленні стало розуміння людських ресурсів як основного фактора виробництва, а інвестування в людський капітал – найефективніші інвестиції. Стратегічною перспективою стійкого і динамічного соціально-економічного прогресу країн світу стає соціально орієнтований розвиток, одним з головних генераторів якого можуть і повинні стати соціальні інновації [2]. До таких інноваційних технологій відносяться неординарні способи вирішення соціальних проблем, які не мали аналогів в минулому. Саме, соціальне підприємництво є тією соціальною інновацією, яка слугує механізмом соціальних перетворень і сталого розвитку в контексті як дохідної, так і некомерційної підприємницької діяльності [2;5;6].

За ринкових умов господарювання термін «соціальні інновації» широко обговорюється і розглядається як важливий елемент у зусиллях, спрямованих на вирішення «великих викликів» (grand challenges), з якими стикається сучасне суспільство: погіршення умов навколишнього середовища, зміна клімату, зниження народжуваності, високий рівень імміграції, збільшення кількості людей похилого віку, зростання вартості охорони здоров'я, бідність та соціальна відчуженість, безпека громадян, захист критично важливих інфраструктур від терористичних нападів тощо. З огляду на складність цих проблем, немає простих та політично безперечних рішень.

На сьогодні, існує чимала кількість визначень терміну «соціальні інновації». Узагальнені визначення згрупуємо та представимо відповідно в двох підходах [4;5;6]:

1. Американський підхід. Прихильники даного підходу стверджують, що соціальні інновації, як правило, пов'язані з ініціативами у державному секторі, а іноді розглядаються у формі державно-приватного партнерства.

2. Європейський підхід. Прихильники даного підходу стверджують, що соціальні інновації розглядаються як приватні ініціативи, спрямовані на вирішення конкретних проблем та задоволення специфічних потреб, переважно у сфері соціальної допомоги та безпеки.

Соціальне підприємництво виникає там, де потрібно і пропонується щось якісно нове, де, так чи інакше, присутні соціальні інновації. Але, щоб нова ідея набула стійкості та була здатна до поширення, творчого потенціалу і нової ідеї недостатньо. Ідея має «працювати», що передбачає господарську діяльність, забезпечуючи стійку реалізацію своєї соціальної мети. В даному контексті мова йде про соціальне підприємництво.

Вивчення підприємництва в аспекті прискорення соціального прогресу почалося відносно недавно. Тому спільної думки, яким чином соціальне підприємництво може впливати на зміну економічних умов і наскільки широко нові соціальні можливості можуть бути застосовані в різних соціально-культурних умовах, поки не сформувався. При цьому в Європі та Америці склалися певні підходи до феномену соціального підприємництва, які досить міцно інтегровані на інституціональному, політичному, практичному рівні в життя суспільства. В Україні, соціальне підприємництво знаходиться на стадії свого зародження, і більшість вітчизняних соціальних підприємців не усвідомлюють себе такими. На думку ж експертів, мало хто з них вписується в сформовані в світовій практиці уявлення про соціальне підприємництво.

Власне, термін «соціальне підприємництво» почав використовуватися в літературі в 60-70-ті рр. минулого століття. Широке ж поширення він отримав в 1980–1990-х роках. На сьогодні, існує чимала кількість визначень терміну «соціально підприємництво». Більшість з них можна об'єднати в три основні групи:

1. Група визначень, в яких соціальне підприємництво розглядається як створення комерційних підприємств з соціальною метою. Недолік цієї групи визначень полягає в тому, що фактично йому відповідає будь-яка діяльність, доходи від якої будуть спрямовані на соціальні цілі. В цьому сенсі і корпоративна соціальна відповідальність, і приватні пожертвування багатих людей, і отримання доходів некомерційної організації можуть бути трактовані як соціальне підприємництво.

2. Друга група визначень підкреслює значення інноваційної діяльності соціальних підприємців, спрямованої на досягнення значущого соціального ефекту. В рамках цього підходу дуже часто інноваційність у вирішенні суспільних проблем є наріжним каменем стосовно фінансової життєздатності підприємства. Так, соціальне підприємство може взагалі не приносити ніякого доходу, цінність його діяльності буде полягати в тому, що воно мобілізує ресурси для вирішення важливих проблем.

3. Третя група визначень вбачає особливість соціального підприємництва в тому, що це спосіб каталізувати суспільні трансформації, які призведуть до набагато більш широких довгострокових змін, ніж початковий фокус вирішуваної проблеми. Так, соціальні підприємці впливають не тільки на вирішення однієї проблеми, а й на весь суспільний контекст, пов'язаний з нею, таким чином провокуючи масштабні та стійкі трансформації, без яких вихідна проблема була б надовго «законсервована».

Деякі підходи визначають соціальне підприємництво через основні якості підприємців, деякі - через пошук відмінностей відносно до традиційного бізнесу або традиційної благодійності, деякі - як мистецтво поєднання комерційної стійкості і «соціального доходу від інвестицій» (socialreturnoninvestments).

Всі ці підходи до визначення соціального підприємництва можуть бути використані в наукових цілях та є базисом при формуванні загальної теорії соціального підприємництва.

Аналіз підходів до визначення терміну «соціальне підприємництво» дозволив сформулювати авторське визначення соціального підприємництва: це діяльність, спрямована на створення інноваційних, стійких і самоокупних рішень для найбільш гострих суспільних проблем.

Два принципово важливих критерії для соціального підприємництва - це стійкість і інноваційність рішень, в той час як самоокупність може бути розглянута як додаткова ознака. У той час як для традиційного підприємця своєрідним «тестом» є комерційна успішність його ідей, для соціального підприємця таким тестом стає успішність ініційованих ним соціальних інновацій, ті соціальні зміни, які були викликані його діяльністю.

Отже, соціальне підприємництво - це механізм, який може і повинен стати соціальним виміром модернізації України. Тиражованість досвіду, яка покладена в основу концепції соціального підприємництва, дозволяє швидко і ефективно збільшувати кількість підприємств, переносити інноваційні підходи та ідеї. Це супроводжується підвищенням компетенції соціальних підприємців, їх професійним зростанням. За великим рахунком, соціальні підприємці є новаторами. Вони здатні об'єднати навколосвітню спільноту, знайти необхідні ресурси для вирішення соціальних проблем, об'єднати власні знання з найсучаснішими технологіями. Соціальні підприємці створюють «місця зростання», навколо яких формуються не тільки нові підприємства, але й особливі суспільні відносини.

Розвиток інституту соціального підприємництва необхідний, оскільки він може стати, з одного боку, інструментом зміни концепції та виду соціальної політики та ролі держави, сприяти соціальній інтеграції, збільшенню зайнятості та зменшенню бідності, активізації населення, інноваційного розвитку суспільства, вирішенню демографічних проблем, поліпшенню іміджу країни, а з іншого - механізм впливу на підвищення відповідальності не тільки влади та підприємницького сектора перед населенням, а й безпосередньо людини перед самою собою. В підсумку, соціальне підприємництво може визначатися як необхідний імператив досягнення балансу інтересів та відповідальності держави, підприємництва та населення, а також як вектор інноваційного розвитку бізнес-спільноти.

Література

1. Ігнатович Н., Гура В. Зарубіжний досвід розвитку соціального підприємництва/Ігнатович Н., Гура В.//Вісник КНУ ім. Тараса Шевченка. – 2014. – 12(165): 22–25.
2. Сотула О. В. Соціальне підприємництво як інноваційна модель розвитку економіки/Сотула Е. О.//Ефективна економіка. – 2013. – №4.
3. Социальное предпринимательство в Украине: Европейское исследование. Обменопытом [Електроннийресурс] / Режимдоступу: <http://sesp.org.ua>
4. Duvnäs, H., Stenholm, P., Brännback, M. What are the outcomes of innovativeness within social entrepreneurship? The relationship between innovative orientation and social enterprise economic performance // Journal of Strategic Innovation and Sustainability. 2012. Vol. 8 (1). P. 68–80.
5. Elizabeth Chella E., Nicolopoulou R., Karatas M. Social entrepreneurship and enterprise: International and innovation perspectives // Entrepreneurship & Regional Development. 2010. Vol. 22 (6). P. 485–493.
6. Perrinia F., Vurroa C., Costanzob L. A process-based view of social entrepreneurship: From opportunity identification to scaling-up social change in the case of San Patrignano // Entrepreneurship & Regional Development. 2010. Vol. 22. (6). P. 515–534.

УДК 658.15:330.341.1.(477+100)(043.2)

Марина Кужель

*к. е. н., доцент кафедри економіки підприємств,
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,
marinakuzhel@gmail.net*

ТЕНДЕНЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

**ТЕНДЕНЦИИ ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УКРАИНЕ И
МИРЕ**

TRENDS OF INNOVATIVE ENTERPRISE IN UKRAINE AND THE WORLD

Анотація. В роботі досліджено світові тенденції розвитку інноваційного підприємництва. Зазначено відповідність світових тенденцій напряму розвитку вітчизняних інноваційних підприємств. Визначено необхідні умови, що сприяють розвитку інноваційного підприємництва.

Аннотация. В работе исследованы мировые тенденции развития инновационного предпринимательства. Указано соответствие мировым тенденциям направления развития отечественных инновационных предприятий. Определены необходимые условия, способствующие развитию инновационного предпринимательства.

Abstract. In this work, the world tendencies of the development of innovative entrepreneurship are investigated. The conformity of the world tendencies of the development of domestic innovative enterprises is noted. The necessary conditions for the development of innovative entrepreneurship are determined.

Україна входить до топ-50 країн за рівнем інноваційного розвитку за рейтингом Bloomberg. Понизивши власний рівень на одну сходинку, за результатом 2017 року наша країна була на 42 місці. Загальновідомо, що високу рейтингову позицію, передусім, для України забезпечує високий рівень охоплення вищою освітою населення, патентна активність та інноваційні та технологічні можливості вітчизняних підприємств. Нещадно тягне донизу неефективна економіка, фінансова криза та політична нестабільність. Чого варто очікувати від інноваційного підприємництва в державі, яка знаходиться на сьомому місці в переліку найбідніших країн світу? За дослідженнями вітчизняні тенденції інноваційного підприємництва відповідають основним тенденціям світовим, а вони, в свою чергу, рухаються в унісон з світовими викликами та глобальними потребами.

Отже, ключовою проблемою людства на сьогодні експерти визначають брак ресурсів. Енергоресурси, чиста вода (один з дев'яти людей), здорова їжа зараз доступні далеко не усім. Близько мільйона людей на нашій планеті немає до них доступу. Саме тому велика кількість інновацій орієнтована на вирішення даної проблеми. Вартість сонячної енергії за даними угоди, підписаної в Абу – Дабі, коштує 2,42 центи за кВт, тоді як фахівці ще недавно заперечували можливість падіння даної ціни нижче рівня одного долара. Використання відновлюваних джерел енергії – таких як сонце, вітер, тепло Землі – сприяє розвитку та використанню інших інноваційних технологій, зокрема електромобілів. Перейти до тотального їх використання планує Індія до 2030 року, а Норвегія орієнтована на рубіж 2025 року. Варто зазначити, що станом на січень 2018 року у Києві нараховувалося близько 200, а офіційно зареєстрованих автомобілів – більше 9000.

Інновації стають ближчими та доступнішими для пересічних людей. Так в країнах Африки неймовірними темпами продаються телефони на платформі Android, а ще донедавна ці люди навіть не знали про існування бездротового зв'язку. Отже з поширенням доступних телефонів та розвитком Інтернету – доступ до інформації, як одного з ключових ресурсів, стає відкритим. Глобалізація перестала бути маревом, завдяки інноваційним технологіям, що щільно увійшли у наше життя – кордони та відстані втратили власну велич. Для вітчизняний підприємців відкрилися можливості представляти власні ідеї на конкурсах інновацій, приймати участь у заходах пошуку партнерів венчурних інвесторів, вагома кількість наших співгромадян знайшли можливість спільного фінансування власних бізнес ідей на краудфандингових платформах.

Наступна важлива світова тенденція, що чинить вплив на розвиток інноваційного підприємництва – старішання населення. Населення сто років тому мало середню тривалість життя на рівні 26 років, а сьогодні середньостатистичний європеець живе близько 80 років. І люди у віці прагнуть жити якісно, вести активний спосіб життя, виглядати молодшими за власний вік. Вчені говорять про 120 років життя, що закладені в ДНК людини, проте дану цифру можна збільшити. На противагу мільйону, що голодують, на нашій планеті є два мільйони людей, що страждають ожирінням. Саме тому медичні та фармацевтичні компанії у усьому світі та Україні, зокрема, зростають і продовжують зростати, активно інвестуючи в інноваційні розробки.

Наступна тенденція, яка певною мірою об'єднує попередні, - це діджиталізація. Технології щільно наповнили наше життя: вони невід'ємна частина в роботі, побуті, відпочинку, спілкуванні. Штучний інтелект вже використовують автомобілі на автопілоті, дрони з автоматичним пошуком, роботи у промисловості та сервісі. Набуває поширення термін сингулярність, що відображає стрімкість розвитку світу технологій. Все більш актуальною на противагу конкуренції стає коллаборація та модель відкритих інновацій. Технології розвиваються настільки швидко, так само швидко застарівають, що стає недоцільно навіки закривати доступ до розробок підприємства, є сенс шукати однодумців, розвиватися та обмінюватися досвідом та результатами, що спроможне зробити більш сильним кожного з гравців ринку.

Варто розглянути принципи формування сприятливих умов для розвитку інноваційного підприємництва. Передусім, необхідно відповідна державна підтримка та забезпечення доступу до кредитів, як потенційного джерела фінансування інноваційного підприємництва. Прем'єр-міністр України Володимир Гройсман під час Київського міжнародного економічного форуму проголосив про те, що в державний бюджет 2018 року закладено Фонд підтримки інновацій. «Ми тільки починаємо цей шлях, але я точно знаю, що інновації, інноваційні рішення будуть в Україні розвиватися, як цілісний продукт», - зазначив високопосадовець. Втім, цільових фондів та програм фінансування Україна знає немало, жоден з них не мав значного результату. Альтернативою стають приватні венчурні фонди та краудфандингові платформи. Загалом, в Україні налічується близько 29 представництв міжнародних венчурних компаній, близько десяти вітчизняних компаній та вдвічі більше платформ по спільному інвестуванню. Звичайно, існують вади законодавчого забезпечення даного процесу, проте основні вагомні закони, за інформацією Міністерства юстиції мають бути розглянуті та затверджені у поточному році.

Важливою запорукою розвитку інноваційного підприємництва є інтелектуальний ресурс, що забезпечуватиме створення та реалізацію інноваційних підприємств – з відповідним рівнем освіти, світоглядом та технічним забезпеченням. Нова епоха вимагає не лише нового формату підприємництва, а й нового формату навчання, у вищих закладах, зокрема. Все більше нових прогресивних дисциплін пропонують українські технічні та економічні Вищі навчальні заклади. Зокрема, НСІ, або Human-computer interaction - полідисциплінарний науковий напрямок, що покликаний вдосконалювати методи розробки, оцінки та впровадження інтерактивних комп'ютерних систем, інтегрувати людину та програмне забезпечення. КНЕУ імені Вадима Гетьмана викладає студентам Інтернет речей, StartUp, Венчурний бізнес та безліч інших цікавих та актуальних курсів, що сприяють формування у молодого покоління знань про особливості започаткування та управління інноваційних підприємств.

Впровадження інновацій існуючими компаніями – це завжди стратегія розвитку, адже передбачає якісні зміни. Тому інноваційне підприємництво повинно стати форматом більшості вже існуючих підприємств.

Отже, варто зазначити важливу роль інноваційного підприємництва у становленні інноваційної моделі економіки України. Дані установи можуть стати ефективними посередниками між наукою, виробництвом і ринком. Інновації, які рухають підприємництво в Україні відповідають інноваційному руху в глобальному вимірі – вони стосуються демократизації ресурсів, покращення якості життя населення та діджиталізації. Очевидним є те, що державна підтримка інноваційного підприємництва сприятиме реалізації потенціалу даного сектору економіки. В свою чергу вищі навчальні заклади намагаються вносити власний вклад в формування інноваційного підприємництва в світі та пропонують студентам цікаві та актуальні курси, що формує фундамент зі знань для створення інноваційного підприємства.

Література

1. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 4 липня 2002 року N 40-IV// ВВР від 03.06.2010.
2. Наука та інновації / Держкомстат. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Наукова та інноваційна діяльність в Україні. – К.: Держкомстат, 2017. – С.15
4. Рада прийняла держбюджет-2018. [Електронний ресурс]. – Режим доступу <https://economics.unian.ua/finance/2286226-rada-priynuala-derjbyudjet-2018-scho-chekae-ukrajintsiv-klyuchovi-tsifri.html>

УДК 330.341.1

Олександра Мельникова

*к. е. н., доцент кафедри економіки підприємств,
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,
alx.melnikova@gmail.com*

СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА ЯК ФАКТОР СОЦІАЛЬНИХ ІННОВАЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВІ

СОЦИАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА КАК ФАКТОР СОЦИАЛЬНЫХ ИННОВАЦИЙ НА ПРЕДПРИЯТИИ

SOCIAL ECONOMY AS A FACTOR OF SOCIAL INNOVATIONS AT ENTERPRISE

Анотація. У роботі висвітлено основні теоретико-методичні аспекти соціальної економіки. Виділено основні принципи соціальної економіки. Досліджено зв'язок між соціальною економікою та соціальними інноваціями на підприємстві. Запропоновано основні напрямки розвитку соціальних інновацій на підприємствах.

Аннотация. В работе освещены основные теоретико-методические аспекты социальной экономики. Выделены основные принципы социальной экономики. Исследована связь между социальной экономикой и социальными инновациями на предприятии. Предложены основные направления развития социальных инноваций на предприятиях.

Abstract. The main theoretical and methodical aspects of the social economy are covered. The main principles of the social economy were singled out. The relationship between the social economy and social innovations in the enterprise is investigated. The main directions of development of social innovations in enterprises were proposed.

В даний час все більше актуалізації отримує соціальна складова в економічному розвитку країн і регіонів. Це обумовлюється тим, що соціальна і економічна структури тісно пов'язані між собою і активно впливають одна на іншу: збільшення соціальних гарантій та благополуччя суспільства неможливо без ринкової ефективності. При цьому, позиція України у світових рейтингах за соціально-економічними показниками у 2017 році свідчить про серйозні проблеми в цій сфері:

- індекс економічної свободи (журнал Wall Street Journal та дослідницький центр Heritage Foundation) – 166/180 [1];
- рейтинг сприятливості умов ведення бізнесу (Doing Business від Світового банку) – 76/190 [2];
- індекс країн світу за рівнем життя (Economist Intelligence Unit) – 83/142 [3];
- рейтинг тривалості життя американського Центрального розвідувального управління (ЦРУ) – 71,8 [4];
- індекс процвітання (Інститут Legatum) – 112/149 [5];
- рейтинг інноваційних економік (Bloomberg) – 42/50 [6];
- індекс соціального прогресу (Social Progress Imperative) – 64/128 [7];
- рейтинг найщасливіших країн (ООН) – 132/155 [8];

Такі негативні тенденції в соціально-економічному розвитку України роблять актуальним використання принципів соціальної економіки, там де ринкова економіка може привести до небажаних соціальних наслідків. Сам термін «соціальна економіка» можна розглядати і як сферу наукового знання, і як окрему сферу економіки і як практичну економічну діяльність, орієнтовану на соціальні результати. Головною метою соціальної економіки є – особистий розвиток, і як наслідок – прогрес суспільства. Соціальна економіка, як сфера практичної діяльності націлена на домінування людських потреб над капіталом, що у свою чергу породжує демократичну і справедливу економічну діяльність.

Сучасна соціальна економіка повинна будуватись на таких принципах:

єдність соціально-орієнтованої економічної політики та економічно-орієнтованої соціальної політики [10];

забезпечення добробуту всіх прошарків населення;

соціальна справедливість, соціальна захищеність та соціальна відповідальність;

підтримка і розвиток форм суспільного розподілу праці, а також множинних форм і механізмів господарювання;

створення і підтримка стимулів до праці, забезпечення зайнятості населення;

економічна безпека;

В даний час виділяють три типи соціальної економіки. Перший тип – охлократичний орієнтований на нижчі прошарки суспільства. Другий тип – олігархічний – на протигагу першому – націлений на задоволення економічних інтересів вищих прошарків суспільства. Третій тип – демократичний – має на меті підтримувати середні прошарки суспільства. При цьому, вважається що через свою численність – саме він володіє інноваційним потенціалом і впливає на соціально-економічний розвиток країни За оцінками експертів – саме середній клас концентрує трудовий та інтелектуальний капітал суспільства [9, с.19].

Соціальна економіка може виступати фактором соціальних інновацій на підприємствах. При цьому, під соціальними інноваціями можна розуміти нові підходи, стратегії, ідеї, технології, які націлені на вирішення соціальних проблем на підприємстві, що безперечно зміцнює корпоративну культуру, підсилює мотивацію персоналу до праці, створює сприятливий соціально-психологічний клімат в колективі [10, с. 27]. При цьому, основними напрямками соціальних інновацій на сучасних підприємствах є:

- вдосконалення форм і систем оплати праці;

- залучення співробітників в управління підприємством;

- вдосконалення методів управління;

- впровадження систем безперервного навчання персоналу;

- вдосконалення методики адаптації нових співробітників;

- впровадження нових підходів до організації робочих місць і робочих процесів;

- використання нових систем організації корпоративного дозвілля;

- вдосконалення техніки безпеки на підприємстві;

- охорона здоров'я та впровадження нових методів профілактики професійних захворювань;

- використання нових підходів до вирішення проблем навколишнього середовища та екології і т.д.

Реалізація принципів соціальної економіки на підприємствах дозволяє ефективно використовувати соціальний потенціал колективу, створювати необхідні стимули і мотивацію до трудової діяльності, а також – зміцнює відданість персоналу своєму підприємству і підвищує продуктивність праці.

Література

1. Index of Economic Freedom 2017 [Електронне джерело] – Режим доступу:
<https://www.heritage.org/index/>

2. Благоприятность условий ведения бизнеса 2017 [Електронне джерело] – Режим доступу: <http://russian.doingbusiness.org/data/exploreeconomies/ukraine>
3. Quality-of-life index [Електронне джерело] – Режим доступу: <http://www.eiu.com/home.aspx>
4. Україна в світових рейтингах: як живеться українцям [Електронне джерело] – Режим доступу: <https://ukr.segodnya.ua/ukraine/ukraina-v-raznyh-reytingah-kak-zhivetsya-ukraincam--1049597.html>
5. Legatum Prosperity Index [Електронне джерело] – Режим доступу: <http://www.prosperity.com/rankings>
6. Bloomberg Innovation Index [Електронне джерело] – Режим доступу: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2017-01-17/sweden-gains-south-korea-reigns-as-world-s-most-innovative-economies>
7. 2017 Social Progress Index [Електронне джерело] – Режим доступу: <http://www.socialprogressindex.com/?tab=2&code=UKR>
8. World Happiness Report 2017 [Електронне джерело] – Режим доступу: <http://worldhappiness.report/ed/2017/>
9. Соціальна економіка Навч. посіб. / Кол. авт. О. О. Беляєв, М. І. Диба, В. І. Кириленко та ін. — К.: КНЕУ, 2005. — 196 с.
10. Головніна О.Г. Основи соціальної економіки [Текст]: підручник / О. Г. Головніна. – К. : ЦУЛ, 2013. – 647 с.

УДК 332.122

Катерина Плигач
аспірант, асистент кафедри економіки та підприємництва,
Черкаський державний технологічний університет,
k.plyhach@gmail.com

ІННОВАЦІЙНА АКТИВНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ ТА ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ: СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ

ИННОВАЦИОННАЯ АКТИВНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ УКРАИНЫ И ЧЕРКАССКОЙ ОБЛАСТИ: СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ

INNOVATIVE ACTIVITY OF UKRAINIAN AND CHERKASY REGION ENTERPRISES: STATE AND TRENDS

Анотація. Розглянуто особливості та тенденції здійснення інноваційної діяльності підприємствами України та Черкаської обл. Визначено чинники, які стримують інноваційну активність підприємств.

Аннотация. Рассмотрено особенности и тенденции осуществления инновационной деятельности предприятиями Украины и Черкасской обл. Определены факторы, которые сдерживают инновационную активность предприятий.

Abstract. The specific and tendencies of implementation the innovation activity by Ukraine and Cherkasy region enterprises are considered. The factors hindering the innovative activity of enterprises are determined.

Важливу роль у розвитку економіки, реалізації її стратегічних пріоритетів та забезпеченні здатності виготовляти конкурентну інноваційну продукцію відіграє застосування у виробничому процесі наукомісткої техніки та технології. Завдяки інтенсивному формуванню та освоєнню нових технологій забезпечується зменшення часу для створення та введення у виробництво продукції, яка сприятиме більш швидкому реагуванню на потреби споживачів. Проте, стан інноваційної діяльності в Україні, та Черкаській обл. зокрема, не відповідає сучасному рівню інноваційної активності промислово-розвинутих країн. Якщо в Україні частка витрат на виконання наукових досліджень та розробок за 2016 р. складає 0,48% від ВВП країни, то в США – 2,7%, Китаї – 2%, Угорщині – 1,3%, Польщі – близько 1% [1; 2]. У свою чергу, дослідження особливостей здійснення інноваційної діяльності підприємствами України та Черкаської обл. актуалізує обрану тему.

Зважаючи на обрану проблематику дослідження, необхідно вирішити наступні завдання: розглянути характерні особливості та тенденції здійснення інноваційної діяльності вітчизняними підприємствами, зокрема, Черкаської обл., та визначити чинники, які стримують їх інноваційну активність.

Роль науково-технічних та інноваційних розробок у вирішенні питань технологічного оновлення виробництва підприємств Черкаської обл. є незначною. Зокрема, частка промислових підприємств, котрі займалися інноваціями, за період 2012-2014 рр. скоротилася на 5,5 п. п. та склала 10,6% у 2014 р. [3]. Для порівняння, в середньому серед країн ЄС частка інноваційних підприємств у їх загальному обсязі за 2015 р. склала 49,1% [2].

За напрямками використання коштів на інноваційну діяльність промисловими підприємствами Черкаської обл. найбільша питома вага (82% за результатами 2015 р.) спрямовується на придбання машин та обладнання, пов'язаних з впровадженням інновацій. Окрім того, значний обсяг коштів (8874,1 тис. грн. у 2015 р.) спрямовується промисловими підприємствами на фінансування наукових досліджень та розробок. Однак, питома вага придбаних зовнішніх знань є незначною та коливається в межах 0,06-0,74% за аналізований період, складаючи 373 тис. грн. у 2015 р. Вкрай негативним є обсяг витрат на придбання нових технологій, які у 2013 та 2015 рр. відсутні (рис.1).

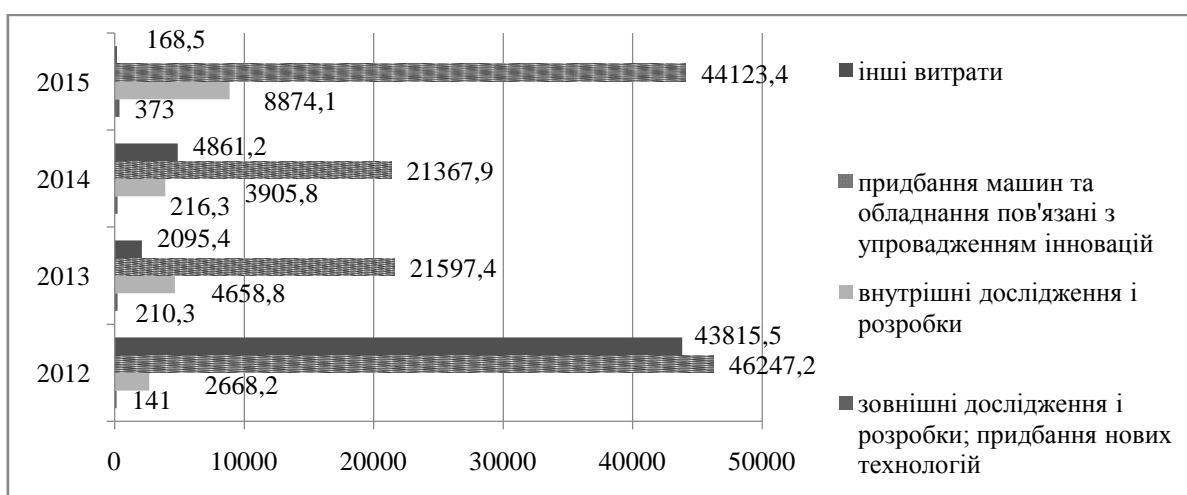


Рис. 1. Динаміка витрат промислових підприємств Черкаської обл. на інноваційну діяльність за видами за 2012-2015 рр., тис. грн.

**Джерело: побудовано автором за даними [3]*

Автор вважає, що дані тенденції пояснюються прагненням промислових підприємств до більш швидкого отримання прибутку, акцентуючи в даному контексті увагу на практичній реалізації інноваційної діяльності за рахунок купівлі нового обладнання, машин та програмного забезпечення. Разом з тим, через довготривалість та ризикованість проведення досліджень і розробок, а також впровадження у виробничий процес нових технологій, даний напрям інноваційної активності є менш привабливим. Недостатня мотивація науково-дослідницького персоналу ефективно працювати через низький рівень оплати праці (за результатами 2016 р. середньомісячна заробітна плата у сфері наукової та технічної діяльності складала 3814 грн., що на 8% нижче від середнього значення по області за усіма сферами діяльності, та майже вдвічі менше від аналогічного показника по Україні [1; 3]) уповільнює процес отримання економічних результатів, що також стримує інноваційну активність підприємств області.

Підтвердженням зазначеного є структура витрат підприємств Черкаської обл. за видами досліджень та розробок, яка подібна до інноваційних тенденцій на рівні України [3]. Не зважаючи на те, що фундаментальні наукові дослідження є основою прикладних досліджень та, як наслідок, забезпечують розвиток науково-технічних розробок, їх питома вага у витратах на наукову та дослідницьку діяльність підприємств області є незначною (18,62% у

2016 р.) і до того ж скорочується за аналізований період на 13,47 п. п. При цьому, у абсолютному вираженні обсяг видатків на фундаментальні дослідження зріс на 4,89 млн. грн. або на 28,55%.

У загальному по Україні відбувається скорочення фінансування за даним напрямом як у відносному (значення питомої ваги скоротилося з 27,76% у 2012 р. до 19,3% у 2016 р.), так і абсолютному (скорочення на 390 млн. грн. або 14,9%) значеннях. На противагу, закордоном фінансуванню фундаментальних наукових досліджень приділяється більше уваги. Зокрема, пріоритетами Рамкової програми ЄС «Горизонт 2020», яка здійснює підтримку досліджень та інновацій, є сприяння розвитку фундаментальних наукових досліджень для подальшого впровадження їх результатів у забезпечення конкурентоспроможного виробництва; розвиток нанотехнологій та біотехнологій; вирішення проблем у сферах екології, демографії та охорони здоров'я [4, с. 3].

Для України та Черкаської обл., зокрема, головними напрямками інноваційної діяльності залишаються впровадження нових або покращення наявних методів обробки та виготовлення продукції, освоєння виробництва нових видів продукції та іншої техніки. Підтвердженням цього є висока частка видатків на інновації у сферах прикладних наукових досліджень та науково-технічних розробок.

По Черкаській обл. питома вага видатків на науково-технічні розробки у загальному обсязі фінансування інноваційної діяльності складає 57,28% у 2016 р. За аналізований період відбулося суттєве зростання абсолютного значення фінансування за даним напрямом інноваційної активності підприємств: з 9,5 млн. грн. у 2012 р. до 67,83 млн. грн. у 2016 р. Загальний обсяг витрат на інноваційну діяльність по області за аналізований період зріс на 65 млн. грн. або 121,58%, що є більш стрімко, ніж загалом по Україні (приріст склав 22,41%). Дана динаміка свідчить про зростання рівня інноваційної активності підприємств Черкаської обл. у порівнянні з іншими регіонами України.

Однак, не зважаючи на зростання обсягів фінансування наукових досліджень та розробок, результативність інноваційного процесу погіршується, зокрема, спостерігається скорочення частки інноваційної продукції у загальному обсязі реалізованої промислової продукції (складаючи на початок 2015 р. по Україні 2,5%, по області – 1,6%) [1; 3].

Разом зі зменшенням питомої ваги інноваційної продукції у загальному обсязі реалізації, відбувається скорочення і підприємств, які впроваджували інновації. Якщо у 2012 р. 15,5% промислових підприємств Черкаської обл. використовували результати наукових досліджень та розробок у власній господарській діяльності, то у 2014 р. їх частка скоротилася до 10,1%.

Скорочення по Україні було не таким суттєвим. Однією з основних причин даної тенденції є погіршення соціально-економічної ситуації в Україні, розгортання військового конфлікту на сході країни. Як наслідок, у 2014 р. обсяг фінансування інноваційної діяльності у Черкаській обл. з боку іноземних інвесторів скоротився на 1124 тис. грн. або на 74,5%, по Україні скорочення дорівнювало 1114 млн. грн. або 89%. Основним джерелом фінансування інновацій залишаються власні кошти підприємств, частка яких у 2014 р. склала 85% по Україні та 92,6% по Черкаській обл.

Отже, сучасний рівень інноваційної активності як підприємств Черкаської обл., так і України загалом, є вкрай незадовільним. Обсяг витрат на придбання зовнішніх знань та нових технологій є незначним. При цьому, зважаючи на скорочення іноземного інвестування інноваційної діяльності, основним джерелом фінансування є власні кошти підприємств. Основними причинами даної тенденції є нестача власних ресурсів та висока вартість залучення позикових для фінансування інноваційних проектів; прагнення підприємств до більш швидкого отримання прибутку та, відповідно, зосередження уваги на практичному аспекті інноваційної діяльності (купівлі нового обладнання, програмного забезпечення); висока впровадження результатів досліджень і розробок у виробничий процес; недостатня мотивація науково-дослідницького персоналу ефективно працювати через низький рівень оплати праці.

Література

1. Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Офіційний сайт Eurostat [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ec.europa.eu/eurostat/statistics>
3. Офіційний сайт Головного управління статистики у Черкаській обл. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ck.ukrstat.gov.ua>
4. Програма Європейського Союзу «Горизонт 2020», Рекомендації для нових учасників програми [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.stu.cn.ua/media/files/pdf/Rekomend_Horizont_2020.pdf

УДК 65.011:69.003.13:69.059.7.

Irina Posternak

*PhD in Technical Sciences, Associate Professor,
the Associate Professor of Department of the Organization of Building and Labour Protection,
the Odessa state academy of building and architecture,
posternak.i@gmail.com*

Sergey Posternak

*PhD in Technical Sciences,
the Associate Professor of department of architectural designs, restorations and reconstruction of
buildings, of constructions and their complexes, the technical expert of private company
"Composite", Odessa,
icomos.rur@gmail.com*

METHOD CONTINUOUS DEVELOPMENT FRONTS WORKS OF THE COMPLEX TOWN-PLANNING POWER RECONSTRUCTION

МЕТОД БЕЗПЕРЕРВНОГО ВИКОРИСТАННЯ ФРОНТІВ РОБІТ КОМПЛЕКСУ МІСТОБУДІВНОЇ ЕНЕРГОРЕКОНСТРУКЦІЇ

МЕТОД НЕПРЕРЫВНОГО ОСВОЕНИЯ ФРОНТОВ РАБОТ КОМПЛЕКСА ГРАДОСТРОИТЕЛЬНОЙ ЭНЕРГОРЕКОНСТРУКЦИИ

Abstract. Formation streams on a method of continuous development fronts of works, as line method calculation the planned schedule performance an internal finishing work is considered at reconstruction buildings of historical building Odessa under standards power efficiency.

Анотація. Розглянуто формування потоків за методом безперервного освоєння фронтів робіт, як потокового методу розрахунку календарного плану виконання внутрішніх опоряджувальних робіт при реконструкції будинків історичної забудови Одеси за стандартами енергоефективності.

Аннотация. Рассмотрено формирование потоков по методу непрерывного освоения фронтов работ, как поточного метода расчета календарного плана выполнения внутренних отделочных работ при реконструкции зданий исторической застройки Одессы по стандартам энергоэффективности.

Under the forecast of analysts, the governments many leading countries soon will actively start creation state-private partnership for working out, testing and introduction innovative technologies to maximize benefit which their economy will receive from the fourth industrial revolution. This strategy, however, will demand global, and not just national, decisions. For creation new industrial systems it will be necessary to introduce not easier technologies new type, but also standards, norms and rules which should not have technical, geographical and political restrictions. Just as the leading countries now co-ordinate quotas on issue hotbed gases, they should agree together about compatibility the industrial equipment, about free data exchange and elimination other potential obstacles in a progress way. When the states-leaders will create a sheaf for joint development manufactures new type, in the others it is necessary - to try to put two ways in this sheaf or to reorient the economy on agriculture, sphere of services and those areas of the

industry which can keep competitiveness without transition to revolutionary technologies. However, in due course such areas will become ever less. «For the countries crucial to raise the readiness for manufacture the future and to develop unique possibilities which will make their attractive directions in global industrial-marketing chains. If the countries cannot quickly enter a sheaf with leaders they can quickly appear are superseded», – believes WEF [1,2].

For calculation formation streams on method M-CDF we will consider the line organisation of works presented by a matrix durations and the schedule internal painting and decorating, at reconstruction of buildings of historical building Odessa 1820...1920 years under standards power efficiency (tab. 1).

On four building objects (buildings of historical building Odessa 1820...1920 years), defined as private fronts of works, are carried out four kinds of works in rigid technological sequence (A→B→C→D) on each object: plaster works (index A), priming works (index B), underpaint putty works (index C) and works on colouring (index D). The sequence development private fronts works also is fixed by the following sequence: 1→2→3→4.

Each kind of work is carried out by a constant cast which pass to the following object only after the full termination work on previous object. If the given complex works was carried out by a consecutive method its minimum duration would be equal to the sum of durations of all works entering into a given complex:

$$T = 7 + 9 + 6 + 8 + 2 + 3 + 2 + 3 + 13 + 17 + 11 + 15 + 5 + 8 + 4 + 6 = 119 \text{ days.}$$

For the line organisation works at performance any work on any object performance two obligatory conditions is required:

1) the termination the given kind of work a resource on previous object (resource readiness of executors);

2) the termination a previous kind of work on the given object (technological readiness private front of work).

Table 1

MATRIX DURATIONS AND THE SCHEDULE INTERNAL PAINTING AND DECORATING, AT RECONSTRUCTION BUILDINGS OF HISTORICAL BUILDING OF ODESSA 1820...1920 YEARS UNDER STANDARDS POWER EFFICIENCY, CALCULATED BY A METHOD OF CONTINUOUS DEVELOPMENT FRONTS WORKS

Index and the name of works	Private front of work								Total duration of work
	I		II		III		IV		
A. Plaster works	0	7	10	19	31	37	39	47	47=47-0 30=7+9+6+8 17=47-30
B. Priming works	7	9	19	22	37	39	47	50	43=50-7 10=2+3+2+3 33=43-10
C. Underpaint putty works	9	22	22	39	39	50	50	65	56=65-9 56=13+17+11+15 0=56-56
D. Works on colouring	22	27	39	47	50	54	65	71	49=71-22 23=5+8+4+6 26=49-23
Total durations of fronts of works	27=27-0 27=7+2+13+5		37=47-10 37=9+3+17+8 $T_{II}^p = 10$		23=54-31 23=6+2+11+4 $T_{III}^p = 21$		32=71-39 32=8+3+15+6 $T_{IV}^p = 8$		Stretching of communications resource 76=17+33+0+26

Source: It is developed by authors on the basis scheduling.

In the centre of each element tab. 1 values durations works in days are shown. At formation of schedules works the primary goal consists in calculation terms manufacture works or, otherwise, terms the beginnings and the terminations works.

For the given stream (tab. 1) as restriction is entered maintenance continuous development each private front of work (a zero stretching face-to-face communications), and as criterion function - the greatest possible rapprochement adjacent fronts works.

For a conclusion of the basic settlement formulas the size carrying the name of the period expansion which defines a difference between the beginning the subsequent work on private front I and the beginning of previous work on the same front - $T_{j,j+1}^p$ is entered into consideration. Clearly, that the work first in a technological order is not preceded by any other work and, hence, its beginning is accepted by the zero. Thus, having defined the beginning the first work and the corresponding period of expansion the second work, it is possible to calculate the beginning its manufacture on private front I etc. (on an induction) before definition the beginning last kind of work.

Having calculated the beginning of last work taking into account restriction on a continuity performance of works, it is possible to define the general duration of all complex works under the formula (1):

$$T = \sum_{j=1}^{n-1} T_{j,j+1}^p + \sum_{i=1}^m t_{n,i} \quad (1)$$

Where $T_{j,j+1}^p$ - the period expansion the subsequent front of work concerning previous; m - the general number kinds of works (a current serial index, i); n - the general number fronts of works (a current serial index, j); $t_{n,i}$ - duration i works on last private front.

For definition of values the periods expansion the subsequent fronts of works we will take advantage a condition (2) at which prior to the beginning any simple work, work the same kind previous on front should be executed:

$$T_{j,j+1}^p = \max_{i=1,m} \sum_{k=1}^i (t_{j,k} - t_{j+1,k-1}) \quad (2)$$

Where $t_{j+1,0}$ - the operation time a zero kind equal to zero.

For M-CDF restrictions forbid negativity of resource communications.

Let's take advantage the previous formula (2) and we will define the periods expansion works II, III and IV, shown by following formulas (3):

$$\begin{aligned}
 T_{II}^p &= \max \left\{ \begin{array}{l} 7-0=7 \\ 7+2-0-9=0 \\ 7+2+13-0-9-3=10 \\ 7+2+13+5-0-9-3-17=-2 \end{array} \right\} = 10; \\
 T_{III}^p &= \max \left\{ \begin{array}{l} 9-0=9 \\ 9+3-0-6=6 \\ 9+3+17-0-6-2=21 \\ 9+3+17+8-0-6-2-11=18 \end{array} \right\} = 21; \\
 T_{IV}^p &= \max \left\{ \begin{array}{l} 6-0=6 \\ 6+2-0-8=0 \\ 6+2+11-0-8-3=8 \\ 6+2+11+4-0-8-3-15=-3 \end{array} \right\} = 8.
 \end{aligned} \quad (3)$$

It is offered to create in the city Odessa "the Corporate scientific and technical complex town-planning power reconstruction "CSTC T-PPR", as the innovative organizational structure using in practice the saved up scientific and technical potential for reconstruction buildings historical building of Odessa 1820...1920 years under standards power efficiency.

Formation of streams (in the matrix form) on a method of continuous development of fronts of works (M-CDF), as line method calculation the planned schedule performance internal painting and decorating of the Corporate scientific and technical complex town-planning power reconstruction "CSTC T-PPR" is executed. The considered method calculation a building stream effectively to apply in need delivery in operation building objects in limiting deadlines.

References

1. Закіянов Д. До майбутнього не готові: ВЕФ оцінив виробничий потенціал України. *M!nd – незалежний журналістський бізнес-портал*. URL: <https://mind.ua/publications/20180876-do-majbutnogo-ne-gotovi-vef-ociniv-virobnichij-potencial-ukrayini> (дата звернення: 12.03.2018).
2. Readiness for the Future of Production Report 2018/ Committed to improving the state of the world, World Economic Forum: Insight Report. Geneva. Switzerland. 2018. 254 p. URL:<http://wef.ch/fopreadiness18> (Last accessed: 12.03.2018).

УДК 339.137.22

Олександр Розмислов

*к.е.н., доцент кафедри обліку і оподаткування,
Східноукраїнський національний університет ім. Володимира Даля, м.
Севєродонецьк, alexmegalo1971@gmail.com*

Каріна Розмислова

*студентка 3-го курсу напрямку «Фінанси і кредит»,
Східноукраїнський національний університет ім. Володимира Даля, м. Севєродонецьк.*

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИЗНАЧЕННЯ ПОКАЗНИКІВ ВИСТАВКОВОГО ПРОЕКТУ МОДУЛЮВАННЯ В ЕКОНОМІЦІ

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ВЫСТАВОЧНЫЙ ПРОЕКТ МОДЕЛИРОВАНИЯ В ЭКОНОМИКЕ

EVALUATION OF EFFICIENCY OF DETERMINATION OF INDICATORS OF EXHIBITION MODELING PROJECT IN ECONOMY

Анотація. Розкрито сутність, принципи та особливості виставкового проекту. Розглянуто методику аналітичної оцінки показників економічної ефективності виставкового проекту та запропоновані методичні підходи щодо удосконалення виставкової діяльності.

Аннотация. Раскрыта сущность, принципы и особенности использования в бизнесе выставочного проекта как элемента конкурентной борьбы. Рассмотрена методика аналитической оценки показателей экономической эффективности выставочного проекта и предложены методические подходы по совершенствованию выставочной деятельности.

Annotation. The essence, principles and features of the exhibition project are revealed. The methodology of analytical estimation of indicators of economic efficiency of the exhibition project and proposed methodological approaches to improvement of exhibition activity are considered.

В умовах стрімкого розвитку технологій та швидких змін в економічному середовищі діяльності бізнес – еліти в галузі виставкової в Україні недооцінене. При цьому виставковий проект займає важливу позицію при організації ярмарок як окремий інструмент якісної боротьби у підприємницької діяльності.

Дослідження проблем використання виставкового проекту у виставковій діяльності розкриває перед підприємцями нові можливості вирішення завдань конкурентної боротьби, таких що пов'язані з реалізацією інтересів усіх учасників виставкового процесу, а саме учасників, організаторів та відвідувачів. Крім того наявність виставкового проекту вирішує питання оптимізації витрат на виставкову діяльність та питання методологічного забезпечення оцінки інвестиційної ефективності виставкової діяльності для організаторів виставок. Необхідність розвитку напрямку використання виставкової діяльності обґрунтована активним розвитком торгівельної діяльності в Україні та необхідністю аналізу тенденцій й розвитку, можливостей і перспектив, а також бажанням отримати максимально ефективний результат від участі в виставковому проекті.

Методичні питання оцінки ефективності та розвитку виставкової діяльності та пов'язані з цим прикладні аспекти досліджували такі зарубіжні науковці, як: Б. Монтгомері,

Я. Критсотакіс, С. Міллер, Дж. Олвуд, С. Гопалакрішна, а також вітчизняні фахівці, такі як Т.І. Лук'янець, Е.В. Ромат, С.С. Гаркавенко та інші. В Україні виставкова діяльність ще не набула достатніх теоретичних обґрунтувань і необхідного методичного забезпечення, але вона є дуже актуальною, тому потрібно більш повно та комплексно досліджувати її. При цьому обґрунтування методів оцінки показників ефективності виставкового проекту, а також розробка конкретних рекомендацій щодо її підвищення також потребує додаткових досліджень.

Підприємницька діяльність у сфері виставкового бізнесу є однією з динамічних сфер сучасної інвестиційної діяльності та виконує важливу роль у покращенні інвестиційного клімату, внутрішньої і зовнішньої торгівлі, а також просунення сучасних технологій та нових видів продукції. Така діяльність позитивно впливає на структурні зміни в національній економіці та сприяє науково-технічному оновленню вітчизняного виробництва. Використання виставкового проекту законодавчо закріплено в Концепції «Про вдосконалення виставково-ярмаркової діяльності в Україні» [4].

Основні напрями виставкової діяльності закріплені в Концепції «Про вдосконалення виставково-ярмаркової діяльності в Україні» розкривають наступні положення:

єдина державна політика у галузі виставкового бізнесу та узгодження дій державних органів у цій сфері;

формування рівних умов суб'єктам виставкової діяльності всіх форм власності;

використання різноманітних методів до розв'язання основних питань розвитку виставкової діяльності;

право доступу суб'єктів господарювання до виставкової діяльності та ефективна конкуренція між суб'єктами підприємницької діяльності;

реалізація міжнародних норм виставкової діяльності у вітчизняній практиці з метою захисту від експансії зарубіжних організаторів виставок[2].

У виставкових проектах приймають участь суб'єкти різних рівнів. Для підприємств результати участі виявляються у одержанні прибутку, можливості виходу на зовнішні та інші регіональні ринки, участь у кооперації та створенні позитивного іміджу підприємства.

Основні цілі, заради яких компанії беруть участь у виставках, зазвичай можна звести до трьох категорій:

іміджеві (формування/підтримка іміджу);

маркетингові (маркетингова розвідка і просування);

комерційні (пошук і залучення нових партнерів/клієнтів).

Після проведення виставки необхідно визначити ефективність виставково-ярмаркової діяльності на рівні виставкового центру. На неї впливають такі фактори як: максимальне використання виставкових площ і устаткування, ступінь і якість оформлення виставкового дизайну, організація транспортно-експедиторського обслуговування, підбір персоналу, наявність виставкового консалтингу, інформаційне забезпечення виставково-ярмаркової діяльності, організація охорони, аудит, кваліфікація співробітників виставкового центру.

Різниця в оцінці кінцевих результатів організатора та експонента полягає у показниках, а також термінах, коли можливо простежити економічний і комунікативний ефект: у організатора він вимірюється тижнями, у експонента – місяцями. Виставкові центри аналізують і звітують за кожним виставково-ярмарковим проектом, тоді як не всі фірми-експоненти навіть намагаються це зробити.

Як і будь-який бізнес-процес компанії, процес участі у виставковому проекті передбачає оцінку його ефективності, на підставі якої можна зробити висновок про те, які недоліки при плануванні та участі були вчинені, що є сильною та слабкою стороною підприємства.

Щоб оцінити економічну ефективність виставкового проекту зазвичай використовують такі основні показники [1]:

1. Затрати на нові контакти (вартість доступу до реального клієнта):

$$V_k = \frac{Q_i}{k} \quad (1)$$

де V_k - витрати на встановлені контакти;

Q_i - обсяг інвестицій у виставку;

k - кількість встановлених контактів.

2. Витрати на привертання уваги відвідувачів:

$$P_k = \frac{Q_i}{k} \quad (2)$$

де P_k - витрати на враження;

Q_i - обсяг інвестицій у виставку;

k - кількість відвідувачів стенду

3. Відсоток реальних контактів:

$$K = \frac{C}{k} 100\% \quad (3)$$

де K - відсоток перспективних контактів:

C - кількість відвідувачів, що уклали угод на купівлю;

k - загальна кількість установлених контактів.

4. ROI виставки/ярмарку показник розрахунку окупності інвестицій:

$$ROI = \frac{P_r}{C} \quad (4)$$

де P_r - прибуток від продажів, що здійснились за рахунок виставки/ярмарку;

C - обсяг інвестицій у виставку.

За результатами виставки організатор має відповісти на такі питання: чи досягнуті фінансові цілі виставки, чи виконані кількісні цілі, чи реалізовані маркетингові задачі та які заходи потрібно здійснити для стратегічного розвитку проекту [3].

Таким чином, методи виміру виставкових результатів можуть бути визначені лише виходячи зі ступеню досягнення поставленої мети участі у виставковому проекті. Таким чином, узагальнюючим критерієм оцінки результативності участі експонента у виставці є повнота вирішення поставлених перед експонентом задач, з обов'язковим визначенням їх пріоритетності. Структурна композиція, на результатах контролю якої може ґрунтуватися якісна оцінка ефективності інвестиційного проекту участі в виставкових проектах є:

аналіз результатів участі бізнес - проектів в роботі конкретної виставки і розробки на цій основі рекомендацій щодо ефективності такої діяльності;

рецензії щодо класу та рівню стендів підприємців та конкурентів;

бюджетування реальних витрат на участь у виставковій діяльності;

корисність роботи персоналу та її відповідність за результати роботи стендів виставки;

рівень витрат на рекламу та їх вплив на реакцію відвідувачів;

бізнес - угоди, отримані в результаті впровадження виставкового проекту, і порівняння їх кількісної та якісної оцінки;

оцінка якісного складу відвідувачів виставкового проекту.

Література

1. Виставкова діяльність. [Електронний ресурс]- Режим доступу: <http://tppua.org/vistavkova-d%D1%96yaln%D1%96st>
2. Виставково-ярмаркова діяльність. [Електронний ресурс]- Режим доступу: <http://oda.zt.gov.ua/vistavkovo-yarmarkova-diyalnist/>
3. Виставково-ярмаркова діяльність в Україні у 2017 р. Статистичний бюлетень [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/Tags/DocumentsByTag?lang=uk-UA&id=54c05488-69a1-4bf8-94c0-b808d62285d6&tag=Vistavkovo-iarmarkovaDiialnost&isSpecial=true>
4. Про вдосконалення виставково-ярмаркової діяльності в Україні. Постанова КМУ від 22.08.2007 № 1065. Редакція від 22.12.2017. [Електронний ресурс]- Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1065-2007-%D0%BF>

УДК 331.1+631.1

Євген Смирнов

*к.е.н., доцент кафедри економіки підприємств
ДВНЗ «КНЕУ імені В.Гетьмана»,
s@edim.ua*

Інна Гопанок

*магістрант, заочна форма,
ДВНЗ «КНЕУ імені В.Гетьмана»,
Inna.Gopanok@i.ua*

ОСОБЛИВОСТІ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ В СУЧАСНОМУ АПК

ОСОБЕННОСТИ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ В СОВРЕМЕННОМ АПК

FEATURES OF PERSONNEL POLICY IN MODERN APC

Анотація. Стаття присвячена поглибленню вивчення питання удосконалення кадрової політики в агропромисловому комплексі. Розглянуті основні поняття та принципи здійснення кадрової політики на підприємствах.

Проаналізований стан зайнятості населення, особлива увага приділена безробіттю та її причинам у сільській місцевості. Аналіз свідчить, що кількість зареєстрованих безробітних у сільській місцевості перевищує містян. Тому виникають проблеми агропромислових підприємств, які пов'язані із старінням нації, незацікавленості молоді у праці в селі, низький рівень підготовки кадрів, низькою оплатою праці і важкою фізичною роботою. Але ці та інші проблеми кадрової політики у АПК можна поступово вирішувати. Тому були запропоновані основні шляхи розвитку кадрової політики, що мають забезпечити ефективне формування та всебічний розвиток людського капіталу, підвищення конкурентоспроможності підприємств АПК, забезпечення прибутку.

Аннотация. Статья посвящена углублению изучения вопроса совершенствования кадровой политики в агропромышленном комплексе. Рассмотрены основные понятия и принципы осуществления кадровой политики на предприятиях.

Проанализировано состояние занятости населения, особое внимание уделено безработице и ее причинам в сельской местности. Анализ показывает, что количество зарегистрированных безработных в сельской местности превышает горожан. Поэтому возникают проблемы на агропромышленных предприятиях, связанных со старением нации, незаинтересованности молодежи в работе в деревне, низкий уровень подготовки кадров, низкой оплатой труда и тяжелой физической работой. Но эти и другие проблемы кадровой политики в АПК можно постепенно решать. Поэтому были предложены основные пути развития кадровой политики, которые должны обеспечить эффективное формирование и всестороннее развитие человеческого капитала, повышение конкурентоспособности предприятий АПК, обеспечение прибыли.

Abstract. The article is devoted to deepening the study of the issue of improving personnel policy in the agro-industrial complex. The basic concepts and principles of implementation of personnel policy at the enterprises are considered.

The state of employment of the population is analyzed, special attention is paid to unemployment and its causes in the countryside. The analysis shows that the number of registered unemployed in rural areas exceeds the

cities. Therefore, problems arise in agroindustrial enterprises, which are related to the aging of the nation, the lack of interest of young people in rural labor, low level of training, low wages and heavy physical work. But these and other problems of HR policy in AGK can be solved gradually. Therefore, the main ways of development of personnel policy were proposed, which should ensure effective formation and comprehensive development of human capital, increase of competitiveness of enterprises of agroindustrial complex, and provision of profit.

Досвід лідерів інноваційно-виробничого напрямку переконує, що увагу необхідно приділяти управлінню роботою організацій. Люди – один з найважливіших факторів виробництва, тому і управління персоналом відіграє найважливішу роль у досягненні бажаної мети.

Сьогодні загально визнано, що серед комплексу проблем в агропромисловому секторі особливу роль грає проблема удосконалення управління персоналом фірми. Задачею кадрової політики є підвищення ефективності виробництва за рахунок усебічного розвитку і розумного застосування творчих сил людини, підвищення рівня кваліфікації, компетентності, відповідальності, ініціативи. Без людей немає організації. Без потрібних людей жодна організація не зможе досягти своїх цілей і вижити. Тому актуальність обраної теми полягає в удосконаленні системи управління трудовими ресурсами задля підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Основною метою є обґрунтування пріоритетів удосконалення кадрової політики в АПК, а також проаналізувати проблеми оплати і матеріального стимулювання, дослідити стан кадрової політики у сільськогосподарській галузі; оцінити ефективність управління персоналом на підприємстві, сформулювати стратегію кадрової політики.

У працях вчених (Андрющенко А., Астапєєва Є.В., Бортник В.А., Вітвіцький В., Гармідер Л. Д., Гармідер Л. Д., Колот А.М., Малік М. Й., Осипова Н. П., Петюх В. М., Рябоконт В.П., Савченко В.А., Соловйов М.Ф., Шиян В.Й., Юшко С.В., Якуба К.І.) багато уваги приділено дослідженню професійної та кваліфікаційної структури персоналу, зокрема управлінського. У закордонній науковій думці (Armstrong M., Hidi S., Irvin Derek, Shahnawaz Saqib, Mosca M.) та практичній діяльності питання вдосконалення структури персоналу за різними класифікаційними ознаками розглядаються як такі, що мають велике значення в плані отримання фірмами конкурентних переваг. Але всі вони потребують уточнень/узагальнень та зведення до «ідеального» варіанту для сільськогосподарського бізнесу.

Для успішного управління підприємством персонал є найбільш цінним ресурсом, адже саме він постійно вдосконалюється. Уміло керуючи персоналом, можна постійно розвивати організацію виробництва і збільшувати прибуток підприємства. Формування оплати на основі вартості робочої сили при об'єктивно зростаючих вимогах працівників і можливостях їх задоволення вимагає становлення оплати праці як визначальної складової сукупних доходів населення та найбільш вагомого елемента виробничих витрат.

Метою кадрової політики є забезпечення оптимального балансу процесів відновлення та збереження кількісного і якісного складу кадрів відповідно до потреб самої організації, вимог чинного законодавства й становища на ринку праці, а також створення високопродуктивного і високопрофесійного відповідального колективу, здатного гнучко й адекватно реагувати на зміни внутрішнього і зовнішнього середовища.

Основними цілями кадрової політики є:

- своєчасне забезпечення організації персоналом необхідної якості й у достатній кількості;
- забезпечення умов реалізації, передбачених трудовим законодавством прав і обов'язків громадян;
- раціональне використання трудового потенціалу;
- формування і підтримка ефективної роботи трудових колективів [4].

Основні різновиди кадрової політики: політика добору кадрів; політика профнавчання; політика оплати праці; політика формування кадрових процедур, політика соціальних відносин [4]. Типи кадрової політики схематично зображені на рис. 1.

При формуванні кадрової політики, для визначення напрямку діяльності в організації, необхідно дотримуватись основних принципів кадрової політики, які наведено в рис. 2.

Нині є всі підстави стверджувати, що більшість країн з розвинутою ринковою економікою все виразніше «соціалізують» свою політику, максимально наближаючи її до забезпечення потреб усе більшої частки населення. У великих національних економік все більший інтерес викликають відносини праці та капіталу, які характеризуються все більшою спільністю інтересів щодо соціально-економічного розвитку.

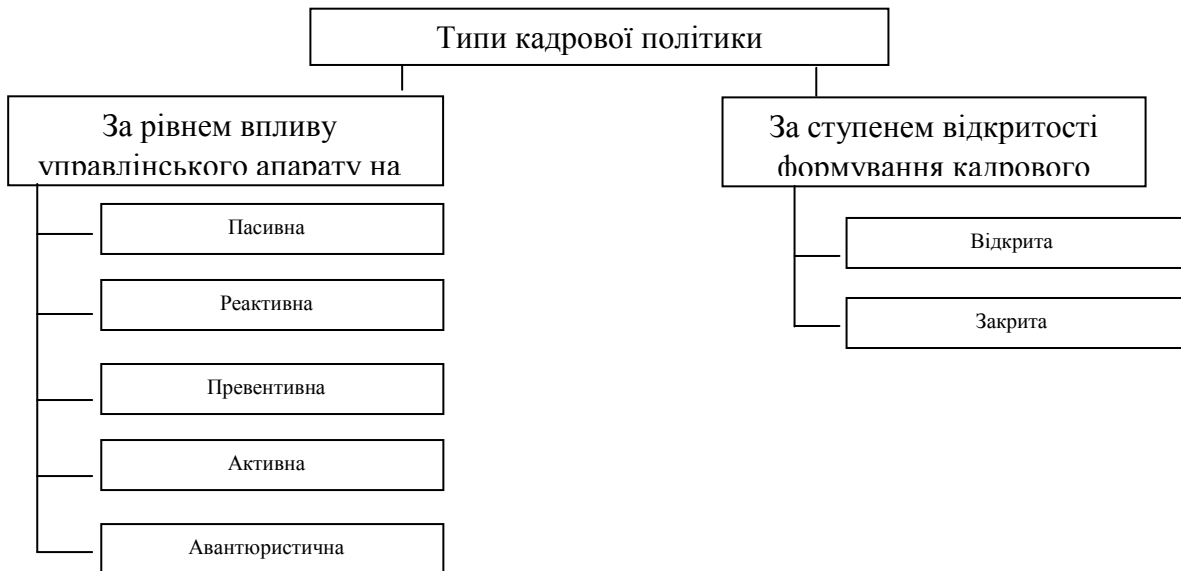


Рис. 1. Типи кадрової політики організації [1]

Досвід України, країн СНД та Східної Європи переконливо свідчить про те, що система господарювання, побудована на філософії зрівняльного розподілу, що забезпечує певну соціальну стабільність, рано чи пізно переживає себе.

Проте не можна обминути і той факт, що відмова держави від гарантування кожному колишнього жебрацького, але стабільного «достатку» без зв'язку з результатами праці багато хто сприймає як відмову від соціальної справедливості, що, у свою чергу позбавляє людей упевненості в майбутньому. Цілком очевидно, що такі настрої зникнуть ще не скоро: необхідна тривала психологічна перебудова свідомості, докорінна зміна мотивації праці. Очевидним є зв'язок між структурою доходів працівників та спонуканням їх до праці [5].

Досвід України, країн СНД та Східної Європи переконливо свідчить про те, що система господарювання, побудована на філософії зрівняльного розподілу, що забезпечує певну соціальну стабільність, рано чи пізно переживає себе. Проте не можна обминути і той факт, що відмова держави від гарантування кожному колишнього жебрацького, але стабільного «достатку» без зв'язку з результатами праці багато хто сприймає як відмову від соціальної справедливості, що, у свою чергу позбавляє людей упевненості в майбутньому. Цілком очевидно, що такі настрої зникнуть ще не скоро: необхідна тривала психологічна перебудова свідомості, докорінна зміна мотивації праці. Очевидним є зв'язок між структурою доходів працівників та спонуканням їх до праці [5].

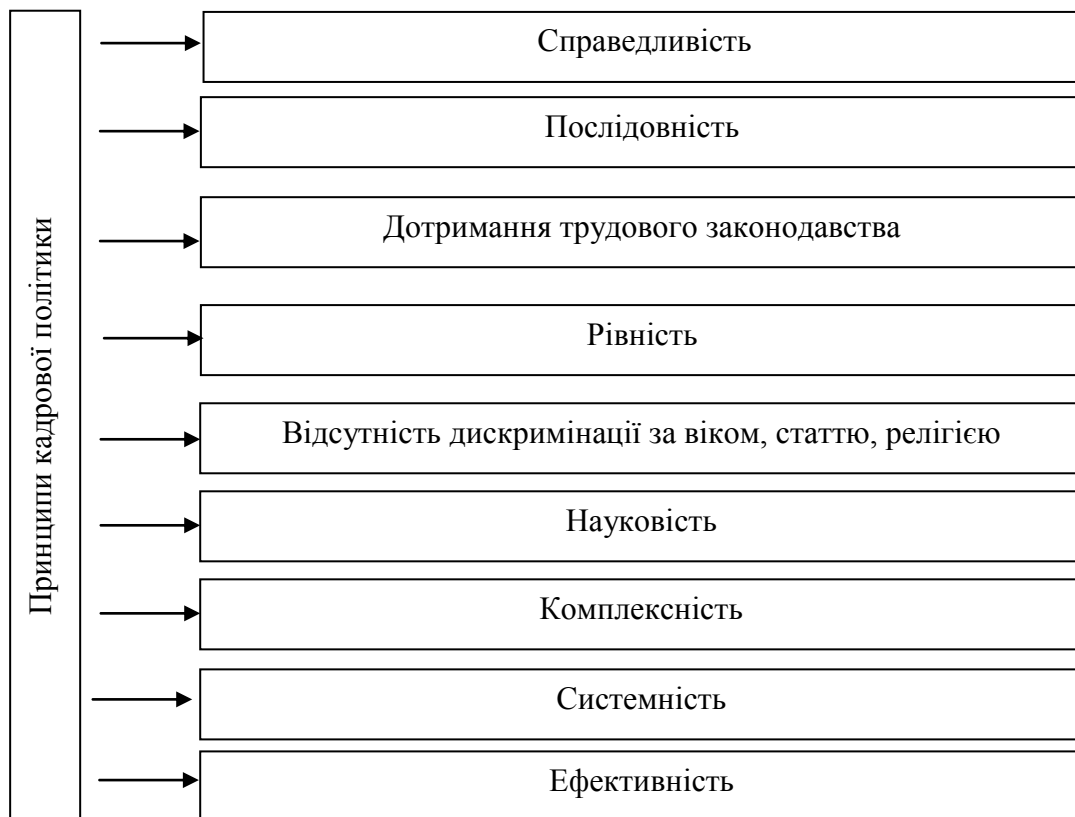


Рис. 2. Принципи кадрової політики [1]

У нинішніх умовах функціонування аграрних підприємств однією із гострих проблем, які потребують негайного вирішення, є питання формування та розвитку кадрового потенціалу. Спочатку проаналізуємо кадровий ринок України.

За даними Державної служби статистики, кількість економічно активного населення віком від 15 до 70 років у середньому у I півріччі 2017 року становила 17,8 млн осіб (у I півріччі 2016 року – 17,9 млн осіб). Рівень економічної активності серед осіб віком 15-70 років, склав 61,9% (у I півріччі 2016 року - 62,1%). Найвищий рівень економічної активності був у Дніпропетровській, Миколаївській, Харківській, Луганській областях та м. Києві, а найнижчий – у Івано-Франківській, Тернопільській, Донецькій та Волинській областях [6].

Серед зайнятого населення в сільській місцевості дві третини працювали за наймом, майже третина самозайняті, та 1,0 % - це роботодавці та безкоштовно працюючі члени сім'ї. У міських поселеннях значна частка (понад 90%) зайнятого населення працювала за наймом. Рівень зайнятості населення, що проживає у сільській місцевості, становив 54,0% (за I півріччя 2016 року – 54,3%), серед міського населення – 56,9% (за I півріччя 2016 року – 57,1%). Чисельність безробітних у віці 15-70 років становила 1 709,7 тис. осіб, з них 584,6 тис. проживають у сільській місцевості та 1 125,1 тис. у міських поселеннях [6].

За I півріччя 2017 року рівень безробіття (за методологією Міжнародної організації праці) у сільській місцевості становив 10,4% економічно активного населення (за I півріччя 2016 року – 10,4%) серед громадян, що проживають у міських поселеннях, цей показник становив 9,2% (за I півріччя 2016 року – 9,0%) (таблиця 1).

**КІЛЬКІСТЬ ЗАРЕЄСТРОВАНИХ БЕЗРОБІТНИХ ЗА СТАТТЮ ТА МІСЦЕМ ПРОЖИВАННЯ
У 2017 РОЦІ¹ (НА КІНЕЦЬ ЗВІТНОГО ПЕРІОДУ; ТИС. ОСІБ) [6]**

	Січень	Лютий	Березень	Квітень	Травень	Червень	Липень	Серпень
Усього	429.0	439,4 ²	406.8	374.2	352.6	330.2	319.9	311.9
жінки	211.5	218,5 ²	214.6	203.7	192.8	182.2	178.6	176.1
чоловіки	217.5	220.9	192.2	170.5	159.8	148.0	141.3	135.8
міське населення	224.5	229,5 ²	222.9	214.5	206.0	195.5	191.0	187.5
сільське населення	204.5	209.9	183.9	159.7	146.6	134.7	128.9	124.4

¹ Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції.

² Дані уточнені.

Основними причинами незайнятості у сільській місцевості є сезонний характер роботи та вивільнення з економічних причин, а у міських поселення – звільнення за власним бажанням, та за угодою сторін та вивільнення з економічних причин. За I півріччя 2017 року кількість економічно неактивного населення становила 11 млн. осіб, у тому числі 3,7 млн. осіб у сільській місцевості та 7,3 млн. осіб у населення міських поселень. Половина економічно неактивного населення у сільській місцевості – це пенсіонери, кожен четвертий – особа, що виконує домашні (сімейні) обов'язки, перебуває на утриманні та кожен п'ятий – учень, студент. У січні-серпні 2017 року кількість осіб, зареєстрованих в державній службі, що мали статус безробітного, становила 861,6 тис. осіб у тому числі 359,3 тис. мешканців сільської місцевості та 502,3 тис. жителів міських поселень [6]. Саме кадри сільськогосподарського підприємства, від яких залежить формування та реалізація виробничо-господарських планів, є основою стабільного розвитку та процвітання підприємства у майбутньому. В аграрних формуваннях усіх форм власності і господарювання політика управління персоналом на цей час обмежується такими інструментами як наймання і звільнення працівників, оформлення пенсійних справ, підготовка довідок, звітів з кадрових питань, нагляд за дотриманням режиму праці.

Характерно й те, що третину таких господарств очолюють (або є власниками) не фахівці аграрної галузі, а професіонали-риночники незалежно від базової освіти. Вклавши первинний капітал в інших галузях (енергетика, чорна металургія, хімія), вони прийшли з великими довгостроковими інвестиційними проектами саме в аграрну сферу, мотивовані вигідним і спрощеним оподаткуванням, дотаціями, пільговими кредитами й іншими преференціями. Однак критична маса таких менеджерів для потенціалу сільського господарства України явно недостатня. В даний період освітньо-кваліфікаційний рівень працівників сільського господарства - найнижчий серед зайнятих в інших галузях економіки. Тільки кожен п'ятий працюючий на селі закінчив технікум або інститут, що вдвічі менше, ніж у промисловості, будівництві, на транспорті та зв'язку, а з повною вищою освітою у сільському господарстві працює трохи більше 100 тис. чоловік (6%) [3].

Доцільно зауважити, що на цей час при такій потужній і цілісній системі аграрної освіти, удосконаленій мережі навчальних закладів, впроваджених нових спеціальностях, при істотно збільшених обсягах підготовки фахівців нової формації, застосуванні сучасних навчальних технологій, використанні досвіду передових країн світу в підготовці кадрів для аграрного виробництва, збереженій квоті прийому сільської молоді в аграрні навчальні заклади, що становить 70% від державного замовлення, маємо сумний результат - стабільно

закріплюється на селі не більше 7—10% випускників, а ситуацію в сучасному аграрному бізнесі визначають значною мірою кадри, що прийшли з інших галузей [3].

Недооцінка кадрів як основного чинника економічного розвитку країни послужила однією з основних причин зниження конкурентоспроможності аграрної галузі на світовому ринку товарів і послуг. Затяжна економічна криза в Україні, на думку окремих науковців, зумовлена кризою управлінських кадрів, тобто відсутністю висококваліфікованих керівників різного рівня управління як економікою так і іншими сферами життєдіяльності держави.

Для запровадження ефективної кадрової політики на підприємствах АПК дуже важливо ще на стадії формування передбачити основні критерії оцінювання її ефективності. Це дуже складно, оскільки в Україні немає досвіду оцінювання ефективності кадрової політики взагалі, а не лише окремих її складових. Кадрова політика має акцентувати увагу на інтелектуальній, соціальній, організаційній та інших складових. У процесах соціального управління центральним є людський фактор. Професіоналізм, активність, ініціативність та працьовитість - ось далеко не повний перелік параметрів та проявів цього фактору. Створення працездатної, ефективної команди професіоналів - виклик для будь-якого керівника, водночас, - це вершина управлінської майстерності. Проте, зусилля, витрачені на створення команди, скуповуються в будь-якому випадку: команда легше і швидше досягає успіху. Роль керівника дуже важлива: він формує основні принципи взаємодії, задає вектор розвитку, принципово впливає на мікроклімат у колективі.

Складовими кадрової політики як окремого підприємства, так і держави в цілому, що мають забезпечити як ефективне формування та всебічний розвиток людського капіталу, так і підвищення конкурентоспроможності підприємства можуть стати наступні постулати:

- запровадження стимулів до індивідуальних та приватних інвестицій у людський капітал, зокрема в освіту, підвищення професійного рівня, зайнятості та самозайнятості, заходи зі зміцнення здоров'я, тощо;

- докорінне реформування систем соціальної підтримки та охорони здоров'я на нових засадах, де характерною ознакою має стати співіснування паралельних систем соціальної допомоги, соціального захисту та медичного обслуговування;

- розробка механізму випереджаючої оцінки та прогнозування потреби агропромислового комплексу і регіонів у висококваліфікованих кадрах, розробка конкретної системи працевлаштування молодих фахівців;

- виділення коштів на навчання та перекваліфікацію кадрів;

- раціональний підбір та розстановка кадрів (щоб кожен член трудового колективу приносив користь та сприяв покращенню діяльності на підприємстві та підвищенню його прибутковості);

- зниження показників плинності кадрів та закріплення молодих спеціалістів у сільськогосподарському виробництві;

- підняття престижності роботи, організації праці, можливість самореалізації та кар'єрного росту; - комплектування сільськогосподарських підприємств механізаторськими й іншими кадрами масових професій;

- створення відповідного рівня соціально-побутового, медичного та торговельного обслуговування, рівня дошкільного, освітнього та культурного обслуговування;

- удосконалення мотивації трудової діяльності на селі (активізація заходів стимулювання, які мають бути спрямовані на розвиток у персоналу стійких стимулів до праці даного виду зайнятості, а також до власного професійного розвитку через навчання й перепідготовку) [3; 5].

Безумовно, зростання заробітної плати, підвищення престижності як аграрної праці, так і сільських поселень, вирішення корінних соціальних проблем на селі – це саме ті чинники, позитивна реалізація яких украй необхідна. До того ж необхідно на державному рівні концептуально визначитись щодо шляхів реалізації стратегічних напрямків роботи з персоналом у сільському господарстві, об'єднати зусилля центральних державних і місцевих органів управління сільським господарством, а також підприємств.

Саме кадри сільськогосподарського бізнесу, від яких залежить формування та реалізація виробничо-господарських планів, є основою стабільного розвитку та процвітання підприємства у майбутньому. В аграрних формуваннях усіх форм власності і господарювання політика управління персоналом обмежується сезонним найманням і звільненням працівників, оформлення пенсійних справ, підготовка довідок, звітів з кадрових питань, нагляд за дотриманням режиму праці. Проаналізовані дані Державного комітету статистики щодо зайнятості, безробіття, вікового складу тощо свідчать про старіння нації, високий рівень безробіття та низьку заробітну платню.

Основними складовими мотиваційного механізму кадрової політики є: вдосконалення системи заробітної плати, надання можливостей працівникам брати участь у прибутках організації та вдосконалення організації праці, що включає постановку цілей, розширення трудових функцій, збагачення праці, виробничу ротацію, застосування гнучких графіків, поліпшення умов праці. Поліпшення кадрового потенціалу в сучасних умовах функціонування сільськогосподарських підприємств можливе лише при поетапному переході від пасивної до активної кадрової політики, зорієнтованої на раціональне використання кадрового потенціалу.

Література

1. Виноградський М.Д. Управління персоналом. 2-ге видання: Навч. посіб. — К.: Центр учбової літератури, 2009. — 502 с.
2. Іртишева І.О. Оцінка науково-кадрового потенціалу України / І.О. Іртишева, М.І. Стегней, І.І. Козіє // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні науки. – Випуск 8/2. – 2014. – С. 186-188.
3. Кошельник В.М. Кадрова політика як фактор утримання конкурентоспроможності аграрних підприємств / В.М. Кошельник // Збірник наукових праць ВНАУ. Серія: Економічні науки. – 2008. – Вип. 36 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://socrates.vsau.org/repository/getfile/1670.pdf>.
4. Кравченко О.О. Роль кадрової політики на підприємстві / О.О. Кравченко // Економіка і суспільство. – 2016. – №3. – С. 355–359. 3. Зось-Кіор М.В.
5. Максименко М. О. Удосконалення системи мотивації персоналу промислових підприємств / М. О. Максименко, А. А. Гуріна, Н. М. Краус // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2011. – №5, т. 2. – С. 181-185.
6. Офіційний сайт Державного комітету статистики. [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua/

УДК 338.47

Собольова Тетяна

*к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,
tsobolieva@gmail.com*

Борзіло Юлія

*студентка магістерської програми «Менеджмент інновацій»,
кафедра менеджменту,
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,
iborzilo@yahoo.com*

**ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЮ ВЛАСНІСТЮ НА
ПІДПРИЄМСТВАХ**

**ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ ИНТЕЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТЬЮ НА
ПРЕДПРИЯТИЯХ**

APPROACHES TO INTELLECTUAL PROPERTY MANAGEMENT AT ENTERPRISES

Аннотація. В результаті проведеного дослідження окреслено підходи до розгляду сутності та змісту управління інтелектуальною власністю, наголошено на необхідності застосування комплексного інтегрованого підходу до здійснення такого управління, зокрема з урахуванням загальної стратегії підприємства.

Аннотация. В результате проведенного исследования обозначены подходы к рассмотрению сущности и содержания управления интеллектуальной собственностью, отмечена необходимость применения комплексного интегрированного подхода к осуществлению такого управления, в частности с учетом общей стратегии предприятия.

Abstract. As a result of the study, approaches to the essence and content of intellectual property management are outlined, the need for an integrated approach to the implementation of such management, in particular taking into account the company's overall strategy, was noted.

Активізація інноваційної діяльності в сучасних умовах, що перебувають під постійним впливом процесів глобалізації та поширення застосування інформаційно-комунікаційних технологій, стає однією з основних рушійних сил в забезпеченні конкурентоспроможності підприємств. Як наслідок, збільшення питомої ваги інтелектуальної власності (ІВ) в активах підприємств призводить до необхідності управління об'єктами інтелектуальної власності, в тому числі з огляду їх великого комерційного потенціалу. Так, щорічні доходи від продажу ліцензій можуть сягати мільярдів доларів [7].

В такому разі, ІВ не може залишатися у підпорядкуванні лише у юристів та функціональних менеджерів. З огляду на те, що генерація прибутків від прав інтелектуальної власності є капіталомісткою та довгостроковою діяльністю, управління ІВ має стати предметом для стратегічного планування керівників підприємств [8]. Тому управління цим напрямком діяльності потребує застосування сучасних методів та інструментів.

Проблематика управління ІВ широко вивчається в сучасній літературі. Семенова В.Г. [5] вважає, що для подолання виділених недоліків та побудови ефективної моделі управління інтелектуальною власністю підприємства необхідно застосовувати процесно-орієнтований підхід в управлінні та пропонує свою модель управління інтелектуальною власністю підприємства на основі такого підходу. Павленко Т.В. [4] у своїй праці зазначає що, процес управління інтелектуальною власністю є циклічним та безперервним процесом, який вимагає врахування життєвого циклу результатів науково-технічної творчості та обмеження технологій з боку технічних, ринкових та соціальних факторів. М.В. Вачевський [2] вважає, що управління інтелектуальною власністю є сукупністю соціальних та ідеологічних заходів та цілеспрямованої дії на творчу діяльність новаторів виробництва та на виявлення резервів досягнення високих кінцевих результатів.

Зінов Г. наводить процес управління ІВ, який складається з десяти принципів управління ІВ [3]. Серед таких принципів виділяються такі: наголос на значенні інтелектуальної власності, застосування стратегічного планування інтелектуальною власністю, ідентифікація власних об'єктів права інтелектуальної власності та інтелектуальних активів конкурентів, визначення необхідної інтелектуальної власності та шляхів її залучення до активів компанії, оцінка економічної ефективності, юридична підтримка та супровід інтелектуальної власності, контроль управління ІВ.

Часто управління ІВ розглядається відповідно до фаз життєвого циклу продукції або об'єктів ІВ, при цьому звичайно виділяється 5 етапів управлінського процесу. Яценко М., Колотілова Ю. [6] в своїй праці зазначають що, такий підхід є дуже правильним, адже дозволяє пов'язати між собою управління об'єктами права інтелектуальної власності з управлінням процесом створення товарів або послуг, де потрібні ці ОПВ. При цьому легше будувати відповідні стратегічні плани діяльності підприємства та здійснювати контроль за їх реалізацією.

Більшість вітчизняних дослідників обмежуються окремими питаннями управління ІВ: корпоративним підходом до управління ІВ, формуванням портфелю об'єктів ІВ та його оцінкою, управлінням ліцензійними угодами.

Цікавим та вартим уваги є підхід Броницького О.М. [1], що виділяє три площини управління ІВ: управління результатами творчої діяльності; управління людьми, що створюють або використовують ІВ; управління організаціями, що розробляють або використовують ІВ.

В результаті розгляду найбільш цікавих та корисних, на наш погляд, здобутків вітчизняних вчених у сфері управління інтелектуальною власністю або інтелектуальним капіталом на підприємстві, було визначено необхідність комплексного підходу до розгляду управління ІВ на підприємстві, що дозволило б узагальнити дане поняття в усіх його проявах і зрозуміти його специфіку.

Систематичне інтегроване управління інтелектуальною власністю є недавнім явищем, не зважаючи на те, що інтелектуальна власність існувала протягом декількох століть. Сьогодні питання є більш складним, і інтегроване керування ІВ є обов'язковим. Під інтегрованим управлінням ІВ ми розуміємо не лише те, що різні форми інтелектуальної власності (патенти, комерційні таємниці, торгові марки, авторські права) управляються разом, але управління інтелектуальною власністю, у свою чергу, інтегровано із загальною стратегією підприємства. Таким чином, застосування моделі стратегічного управління на засадах інтегрованого управління дозволить значно підвищити ефективність процесів формування інтелектуальної власності, забезпечить активізацію процесів формування інтелектуальної власності та можливість досягнення стійких конкурентних переваг підприємств.

Література

1. Броницький О.М. Оцінка ефективності менеджменту організації : системний підхід / О. М. Броницький [електронний ресурс]. – режим доступу : http://khntusg.com.ua/les/sbornik/vestnik_138/11.pdf
2. Вачевський М.В. Соціально-економічні аспекти використання інтелектуальної власності в сучасних умовах. Теорія і практика: навч. посіб./М.В. Вачевський. – К : Центр навчальної літератури, 2004. – 376 с.
3. Зинов В.Г. Управление интеллектуальной собственностью : Учебное пособие. – М.: Дело, 2003. - С. 241.
4. Павленко Т.В. Процес управління інтелектуальною власністю підприємства // Економічний вісник НТУУ «КПІ» – 2012. – № 71. – С. 24-25
5. Семенова В. Г. Модель управління інтелектуальною власністю підприємства на основі процесно-орієнтованого підходу / В. Г. Семенова // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Економіка і менеджмент. - 2015. - Вип. 10. - С. 165-170. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_eim_2015_10_38
6. Яценко М., Колотілова Ю. Розпорядження правами інтелектуальної власності протягом життєвого циклу сучасної продукції // Інтелектуальна власність. – 2008. – № 3. – С. 15-21.
7. Lerner Josh. Monetizing IP: The Executive's Challenge. - Harvard Business School. - -Електронний ресурс – Режим доступу: <http://hbswk.hbs.edu/item/monetizing-ip-the-executives-challenge>
8. Markus Reitzig. Strategic management of Intellectual Property. - MIT Sloan. - Електронний ресурс – Режим доступу: <https://sloanreview.mit.edu/article/strategic-management-of-intellectual-property/>

Любов Стрільчук
к.е.н., доцент кафедри банківської справи,
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,
lvs00@ukr.net
Юлія Стрільчук
аспірантка кафедри банківської справи,
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,
juliastrilchuk@gmail.com

РОЗВИТОК БАНКІВСЬКИХ ІННОВАЦІЙ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ФІНАНСОВИХ РИНКІВ

РАЗВИТИЕ БАНКОВСКИХ ИННОВАЦИЙ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ ФИНАНСОВЫХ РЫНКОВ

BANKING INNOVATION DEVELOPMENT IN TERMS OF THE FINANCIAL MARKETS GLOBALIZATION

Анотація. Розглянуто сутність та необхідність банківських інновацій, їхню роль у підвищенні ефективності діяльності банків. Показані напрямки інноваційної діяльності банків, що сприяють підвищенню конкурентоспроможності банку на ринку та задоволенню потреб споживачів.

Аннотация. Рассмотрена сущность и необходимость банковских инноваций, их роль в повышении эффективности банковской деятельности. показаны направления инновационной деятельности банков, которые способствуют повышению конкурентоспособности банка на рынке и удовлетворению потребностей клиентов.

Abstract. The essence and importance of bank innovations as well as their role in the increase of bank efficiency is discussed. It is shown different ways of banks` innovative activity, which support the growth of the bank`s competitiveness at the market and satisfy consumers` needs.

В умовах глобалізації фінансових ринків все більшої актуальності набуває питання впровадження інновацій у різних галузях економіки, у тому числі й у банківській сфері, що є передумовою формування конкурентних переваг на ринку і сприяє підвищенню ефективності діяльності суб'єктів господарювання.

В умовах конкуренції на ринку банківських послуг залучення клієнтів до обслуговування в конкретному банку залежить від ряду чинників, в тому числі від позиціонування банку на ринку, ефективної маркетингової діяльності та реклами, від ціни на банківські продукти та послуги, якості послуг, що пропонуються, різноманіття продуктового ряду. У зв'язку з цим для підвищення якості обслуговування клієнтів та задоволення їхнього зростаючого попиту інноваційна діяльність є необхідною складовою діяльності банку [1].

Дослідженню інновацій, і зокрема банківських інновацій, приділяється увага вітчизняних та зарубіжних вчених, таких як П. Друкер, Р. Мертон, С. В. Онишко, Т. В. Пасентко, Н. В. Циганова та ін. Започаткував вивчення інновацій відомий австрійський економіст Й. А. Шумпетер у своїй роботі «Теорія економічного розвитку: капіталізм, соціалізм, демократія». Під інноваціями він визначав нові продукти, технології, нову організацію промислового виробництва, відкриття нових ринків, використання наявних ресурсів у нові способи [1, с. 118].

У сучасних умовах розвиток банківських інновацій характеризується різновекторністю і передбачає, по-перше, використання інноваційних технологій банківського обслуговування, по-друге, впровадження інноваційних банківських продуктів, по-третє, розробку та імплементацію інноваційних технологій у банку, по-четверте, стимулювання розвитку інновацій шляхом кредитування суб'єктів інноваційного підприємництва, зокрема, малого та середнього бізнесу, інвестування у розвиток соціально відповідального бізнесу, нових технологічних підприємств (рис. 1).

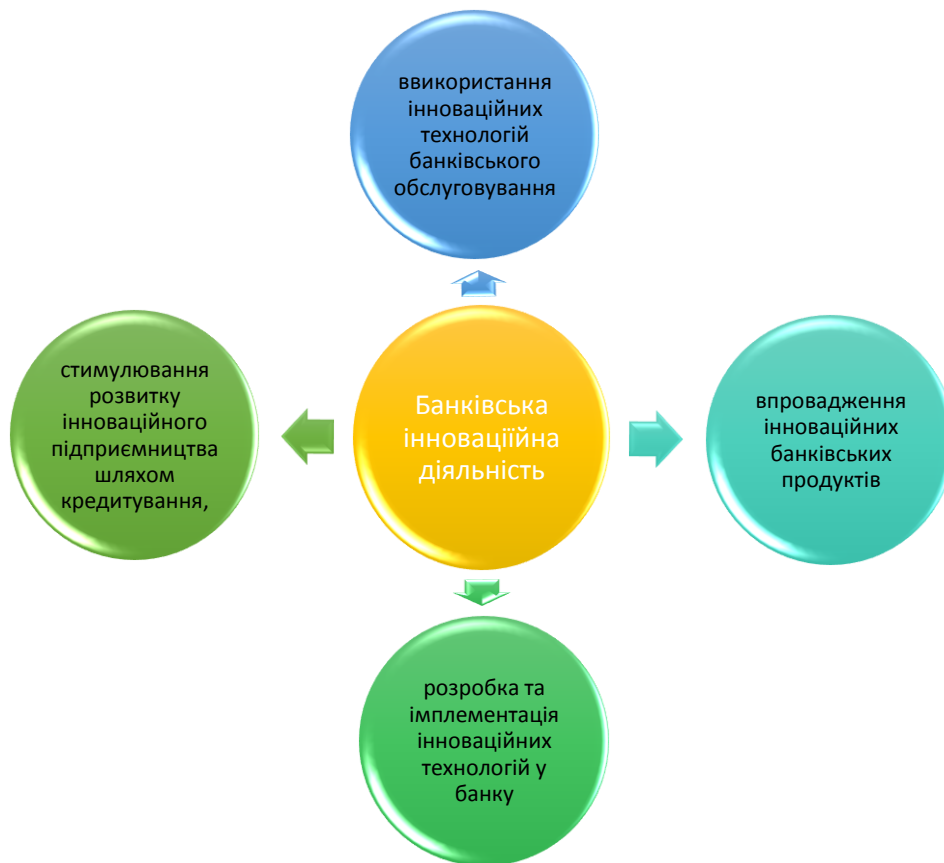


Рис. 1. Напрями банківської інноваційної діяльності

Слід зауважити, що банки можуть здійснювати стимулюючий вплив на впровадження інновацій іншими підприємствами лише за умови наявності достатньої ресурсної бази, значну частину якої становлять залучені кошти юридичних та фізичних осіб, для здійснення кредитування чи інвестування у певні проекти. Тому перед банками постає необхідність перманентної імплементації нових продуктів, які б забезпечили підвищення конкурентоспроможності на депозитному ринку і відтак залучення більших обсягів ресурсів.

У сучасному динамічному середовищі потреби споживачів постійно змінюються під впливом нових технологій, у тому числі й у сфері банківського бізнесу. Клієнти банку мають потребу в комплексному обслуговуванні та дистанційному управлінні своїми рахунками. Незважаючи на волатильність ринку, відбувається безперервний процес удосконалення та модернізації банківських продуктів з метою кращого задоволення потреб споживачів. Тому в умовах діджиталізації забезпечення конкурентоспроможності банків та їхніх продуктів на ринку кредитування населення значною мірою залежить від впровадження інновацій, завдяки чому можна досягти кращого задоволення потреб споживачів в умовах клієнтоорієнтованого середовища. Слід приділити увагу розвитку технологій дистанційного обслуговування позичальників за допомогою Інтернет-банкінгу чи мобільних додатків, розширення мережі банкоматів cash-in, за допомогою яких можна здійснювати погашення заборгованості. Таким чином банк матиме подвійні вигоди від впровадження нових інноваційних продуктів: з одного боку — оптимізація витрат, з іншого — залучення клієнтів шляхом створення для них вигідних умов, що у підсумку сприяє підвищенню ефективності банківської діяльності.

Підсумовуючи, можна зазначити, що під впливом глобалізаційних процесів все більшого значення для ефективної банківської діяльності набуває конкурентоспроможність банку та його здатність утримувати позицію на ринку, що може бути досягнуто завдяки впровадженню інновацій.

Література

1. Стрільчук Л. Перспективні напрямки розвитку інновацій на ринку банківських послуг в Україні / Любов Стрільчук, Юлія Стрільчук // Інноваційне підприємництво: стан та перспективи розвитку [Електронний ресурс] : зб. матеріалів ІІ Всеукр. наук.-практ. конф., 29–30 берез. 2017 р. / М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана» [та ін.] ; оргком.: Г. О. Швиданенко (голова) [та ін.]. – Електрон. текст. дані. – Київ : КНЕУ, 2017. – С. 106–108. – Назва з титул. екрану. — Режим доступу: <http://ir.kneu.edu.ua:8080/handle/2010/21429>
2. Шумпетер Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм, демократия. / Й. А. Шумпетер. – М. : Эксмо, 2007. – 864 с.

УДК 330.354

Генефа Швиданенко

к.е.н., професор кафедри економіки підприємств
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,
shvidanenko.go@gmail.com

Марія Теплюк

к.е.н., асистент кафедри економіки підприємств
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,
maria_6.11@kneu.edu.ua

ДИДЖИТАЛІЗАЦІЯ – СУЧАСНИЙ НАПРЯМОК РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

ДИДЖИТАЛИЗАЦИЯ - СОВРЕМЕННОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

DIGITAL TRANSFORMATION OF INDUSTRIES - MODERN TREND OF INNOVATIVE BUSINESS

Анотація. У статті проведено дослідження проявів процесу диджиталізації у сучасних реаліях розвитку інноваційного бізнесу. Ідентифіковано сучасні тенденції розвитку *digital*-маркетингу та окреслено передумови до впровадження *digital*-трендів у вітчизняний бізнес-простір.

Аннотация. В статье проведено исследовано процесс диджитализации в современных реалиях развития инновационного бизнеса. Идентифицировано современные тенденции развития *digital*-маркетинга и обозначены предпосылки к внедрению *digital*-трендов в отечественном бизнес-пространстве.

Abstract. The article analyzes the manifestations of the process of digitalization in the modern realities of the development of innovative business. Modern trends of digital-marketing development were identified and the preconditions for the introduction of digital-trends were outlined in the domestic business-space.

В умовах глобалізаційних процесів пріоритетним завданням для інноваційного розвитку бізнесу є вектор диджиталізації. Тобто, ефективне функціонування суб'єктів ринкових відносин можливе, за рахунок, ідентифікації альтернативних конкурентних стратегій розвитку, з врахуванням *digital*-трендів. У цьому контексті, ключовим моментом є швидка адаптація *digital*-технологій у господарську діяльність суб'єктів господарювання. Цифрова революція стала потужним драйвером розвитку інноваційного бізнесу. Протягом останніх років біля 200 *start-up*, свідомо обравши *digital* - *стиль*, створили бізнес-одиниць із сукупною капіталізацією понад 1 квінтільйон дол. США, що є реально важливим для розвитку світової економіки [1].

Зокрема, значний внесок у дослідження даної проблематики було здійснено такими науковцями, як: В. Власов, Ю. Єременко, І. Решетнікова, П. Саблук, М. Сагайдак, О. Яценко, В. Хафферман, М. Хендріксон, С. Дані, К. Мансвіг та інші [4-5]. Разом з тим, більшість дослідників наголошують, що наслідком активізації *digital* - процесів є поява інноваційної продукції та послуг на світовому ринку. Водночас, процес диджиталізації

створює нові виклики та загрози, які вимагають своєчасного реагування від представників уряду, бізнесу та суспільства загалом. Динамічний розвиток ринку та активне впровадження на ньому інноваційних технологій як у розвинутих країнах, так і в країнах, що розвиваються, підкреслює актуальність нашого дослідження.

На сьогоднішній день, лідерами диджиталізації є країни ЄС, США та Японія, які є драйверами світових інноваційних зрушень, оскільки цифрові технології зумовлюють використання широкого спектру динамічних можливостей, але водночас, є джерелом ризику. Під дефініцією «*диджиталізація*», слід розуміти, трансформацію різних інформаційних потоків у «*цифру*».

Тобто, відповідний процес дозволяє оптимізувати господарську діяльність за допомогою обробки та трансформації великих масивів інформації. Разом з тим, на думку фахівців, розширення мережі використання *digital*-технологій, може мати негативні економіко-соціальні наслідки та зумовити відтік значних масивів інформації конкурентам.

Враховуючи турбулентність ринкового середовища, можна зазначити, що діджиталізація бізнесу є підґрунтям для створення нових можливостей, цінностей та компетентностей, що в свою чергу, дозволить формувати стійкі конкурентні переваги. Для того, щоб діджиталізація сприяла розвитку підприємницької діяльності, першочергово необхідно ідентифікувати актуальні *digital*-тренди. Станом на початок 2018 року, були окреслені такі тенденції *digital*-маркетингу:

- ✓ збільшення обсягів цифрового перетворення;
- ✓ використання smart-технологій та гаджетів;
- ✓ інтеграція маркетингової діяльності в життєвий цикл клієнта;
- ✓ підвищення рівня персоналізації даних;
- ✓ оптимізація виробничих процесів;
- ✓ забезпечення *digital*-додатками власників смартфонів;
- ✓ інтеграція в SEO та контент-маркетинг і розвиток *AR*-технологій.

Актуалізуючи питання ідентифікації стратегічних ресурсів, важливу роль відіграють саме інтелектуальні компоненти ресурсного портфеля підприємства. Разом з тим, з розвитком інформаційних технологій ключовим інструментом управління персоналом є HR-диджиталізація. Головною метою є зниження навантаження на HR - фахівців при наймі та навчанні персоналу. Для досягнення поставлених цілей виділено декілька інструментів HR-диджиталізації, а саме: система з управління кандидатами *Applicant Tracking System (ATS)* та система управління навчанням *LMS Learning Management System (E-learning)*. Запропоновані системи взаємодіють з співробітниками і кандидатами на посади за допомогою мобільних додатків, соціальних мереж і хмарних технологій, що нівелює документообіг, значно спрощує взаємодію між співробітниками та дозволяє швидко ідентифікувати необхідну інформацію щодо співробітників. Разом з тим, на думку Андерссона ван дер Хейдена [2-3], при *digital*-трансформації на підприємстві варто зосередити увагу на ключових аспектах розвитку бізнес-середовища, рис.1.



Рис.1. Логіка розвитку інноваційного підприємництва в умовах диджиталізації
 Джерело: Сформовано автором

Отже, диджиталізація спонукає суб'єктів ринкових відносин освоювати «невідомі території», а відповідна трансформація слугуватиме драйвером проспериті для розвитку інноваційного підприємництва. В свою чергу відповідні тенденції, вимагають вивчення бізнес-моделей новаторського типу і пошуку нових джерел залучення та генерування інтелектуальних ресурсів. Малоімовірно, що корпоративне лідерство, в його сьогоденному прояві, переживе цифрову революцію. Тому, потрібно кардинально змінювати управлінські пріоритети та використовувати динамічні можливості, що в свою чергу, дозволить отримати конкурентні переваги на ринку. Тому, цифрова революція може стати як утопічною для розвитку інноваційного бізнесу, або передумовою до виживання на ринку. Але, на нашу думку, *digital* - трансформації, зумовлять суб'єктів ринкових відносин до досягнення високого рівня інновацій, компетентностей, ефективності, лідерства та відповідальності - з принципово позитивними результатами для компаній та суспільства.

Література

1. Manu A. (2016). Behavior Space: Play, Pleasure and Discovery as a Model for Business Value (New Edition), Kindle Edition, 264 p.
2. Digital Transformation of Industries (2016). Industry Agenda, World Economic Forum. [Електронне джерело] – Режим доступу: <http://reports.weforum.org/digital-transformation/wp-content/blogs.dir/94/mp/files/pages/files/wef-digital-transformation-2016-exec-summary.pdf>
3. Liri Andersson (2017). Leadership Guidelines for the Digital Age. *Leadership & Organisations* [Електронне джерело] – Режим доступу: <https://knowledge.insead.edu/leadership-organisations/11-leadership-guidelines-for-the-digital-age-5516>
4. Решетнікова І. Л., Єременко Ю. О. Використання інтернет-технологій в маркетингу сфери послуг // *Маркетинг в Україні*. 2014. №5. С. 47–58
5. Сагайдак М.П., Лавренюв Н.К. Використання маркетингових інструментів і цифрових технологій у просуванні металургійної продукції. *Маркетинг і цифрові технології*. – Том 1, № 1, 2017. [Електронне джерело] – Режим доступу: [file:///C:/Users/%D0%9C%D0%B0%D1%88%D0%B0/Desktop/%D0%B8%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%B8/9-1-39-1-10-20171117%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/%D0%9C%D0%B0%D1%88%D0%B0/Desktop/%D0%B8%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%B8/9-1-39-1-10-20171117%20(1).pdf)

Секція № 4

Сучасні напрямки фінансування інновацій малого та середнього бізнесу

УДК: 330.341.1

Вікторія Гмиря
к.е.н., доцент кафедри фінансів та банківської справи,
Черкаський інститут ДВНЗ «Університет банківської справи»,
viktoryagmirya@ukr.net

СУЧАСНІ НАПРЯМИ ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В АПК УКРАЇНИ

СОВРЕМЕННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИННОВАЦИЙ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В АПК УКРАИНЫ

MODERN DIRECTIONS OF FINANCING OF INNOVATIONS OF SMALL AND MEDIUM BUSINESS IN UKRAINE APK

Анотація. В сучасних умовах господарювання малого та середнього бізнесу АПК України інноваційній складовій приділяється головна увага, оскільки економічний розвиток цієї галузі безпосередньо пов'язаний з розробкою інноваційних продуктів чи інноваційних технологій вирощування аграрної продукції.

Анотация. В современных условиях хозяйствования малого и среднего бизнеса АПК Украины инновационной составляющей уделяется главное внимание, поскольку экономическое развитие этой отрасли напрямую связан с разработкой инновационных продуктов или инновационных технологий выращивания аграрной продукции.

Abstract. The innovation component is given the main attention, since the economic development of this industry is directly related to the development of innovative products or innovative technologies for the cultivation of agrarian products, in modern conditions of small and medium-sized businesses of the agroindustrial complex of Ukraine.

Специфіка сучасної конкурентного середовища і особливості стратегічного управління підприємством в умовах, проведених в країні, аграрних реформ обумовлюють необхідність удосконалення заходів підтримки та розвитку малих і середніх агропромислових підприємств з метою підвищення їх конкурентоспроможності та ефективності виробничої діяльності.

Малі та середні підприємства у всьому світі стикаються з низкою проблем, як внутрішніх, так і зовнішніх, які перешкоджають їх розвитку. До факторів, що негативно впливають на розвиток МСП відносять недостатній доступ до фінансових послуг і ринків, несприятливу політику і нормативно-правове середовище, труднощі отримання «економії за рахунок ефекту масштабу», нестабільні системи внутрішнього контролю, погана культура управління, корупція, ризики безпеки, відсутність кваліфікованих кадрів, а також відповідної інфраструктури.

Через фінансову нестабільність та найчастіше непрозору діяльності МСП важко отримати зовнішнє фінансування, необхідне для модернізації та розвитку виробництва. Результатом цього стає консервування технологічної відсталості.

У зв'язку з цим, найбільш істотним бар'єром розвитку МСП є відсутність доступу до фінансування та до ринків. Ці два фактори справедливі для всіх МСП, але ще більш критичне значення, через специфіку виробництва, вони мають для малих сільськогосподарських підприємств. Без оборотного капіталу та капітальних вкладень, малий бізнес приречений на щоденну боротьбу за виживання. Виробничий цикл сільськогосподарської діяльності зумовлений непередбачуваністю фінансування та має важливе значення для успішної роботи малого підприємства. Згідно зі статистикою СОТ, в країнах, що розвиваються більш 45-55% МСП не мають доступу до кредитів фінансових установ, і ця цифра може збільшитися до 72% в разі мікропідприємств АПК. Структурам управління МСП часто не вистачає формалізованості: це ускладнює збір необхідної для видачі кредиту фінансової інформації і підвищує кредитні

ризика. Більшість МСП не зможе забезпечити необхідний для отримання кредиту перелік документів, а також не мають прийнятної майна, яке могло б виступити в якості предмета застави по кредиту. [1]

В Україні немає державних програм, спрямованих на розвиток бізнесу, а всі інвестиційні пропозиції виходять від різних міжнародних організацій. При цьому умови такого фінансування вельми вигідні, адже є можливість отримати велику суму під невеликий відсоток. Міжнародні організації віддають перевагу фінансуванню аграрного сектора, галузі інформаційних технологій і проектів, пов'язаних з використанням альтернативної енергетики.

USAID кредитує аграріїв України через кредитні спілки. Агентство США з міжнародного розвитку (USAID) розробило проект кредитування українських аграріїв у сільській місцевості через кредитні спілки. Програма розрахована на період з 2016 по 2020 рік. USAID відповідає за фінансування проекту, а його реалізацією займається Всесвітня рада кредитних спілок (WOCCU). За даними статистики Нацкомфінпослуг, в цьому році кількість членів кредитних спілок в Україні скоротилося на 13% - до 674,1 тис. осіб. За кількістю учасників лідирують союзи Львівської області (110,7 тис. осіб), за розміром активів - союзи Києва та Київської області (576,7 млн. грн.).[2]

Ще одним з важливих міжнародних інвесторів в розвиток малого та середнього бізнесу АПК є Європейський інвестиційний банк. Умови «аграрного» кредиту передбачають 50%-ве фінансування проектів малих і середніх фермерських господарств. Другу половину суми аграрії отримують від українських комерційних банків. Таким чином, кредит ЄІБ згенерує кредитний потік розміром 800 млн євро. Гроші будуть спрямовані в сектор виробництва зернових і олійних культур, а також на розвиток рибного господарства України. Зокрема, кошти сфокусують на створенні інфраструктурних об'єктів і розвитку логістики. [3]

Інноваційна діяльність МСП аграрного сектору визначається проблематичною з позиції низької інвестиційної привабливості галузі. Незважаючи на те, що сільське господарство має високий інвестиційний потенціал, хоча б тому, що в світі відчувається нестача продовольства, а проблема голоду в деяких країнах стоїть дуже гостро, основним інвестором в сільське господарство України є держава. Приватний бізнес не поспішає вкладати гроші в розвиток цієї галузі економіки з деяких причин. Крім галузевих особливостей, одними з основних стримуючих чинників є: довгостроковий характер інвестування в сільське господарство, слабкий розвиток конкурентного середовища, порівняно більш висока прибутковість вкладення фінансових коштів в галузі IT-технологій та торгівлі в Україні.

Перехід від підприємств IT-технологій та торгівлі в сторону МСП аграрного сектору слід сприймати не як переорієнтацію державної політики від одних галузей до інших. Навпаки, Україна потребує високорозвинених підприємств IT-технологій та торгівлі також, як і в високорозвинених МС підприємствах аграрного сектору. Просто в сучасній Україні підприємства цих галузей знаходяться в різних економічних умовах і МС аграрні підприємства в цьому відношенні сильно програють.

Таким чином, для запуску інноваційної активності МС аграрних підприємств треба знайти джерела фінансування інновацій. Для цього необхідно відновити і розвинути інвестиційний потенціал АПК України на основі формування економічного механізму його регулювання, що дозволить підвищити ефективність його функціонування.

Література

1. *Мартинюк М. А.* Інновації в сільському господарстві / М. А. Мартинюк, Т. М. Ратошнюк // Наука й економіка. – 2014. – № 2 (34). – С. 94–98.
2. Бизнесменам на заметку: где искать поддержку малому и среднему бизнесу: [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://www.bakertilly.ua/ru/news/id1095>
3. Дочекались: малі та середні фермери отримують європейське фінансування: [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://forbes.net.ua/ua/business/1421933-dochekalisya-mali-ta-seredni-fermeri-otrimayut-evropejske-finansuvannya>
4. *Лупенко А.Ю.* Сучасні технології венчурного фінансування аграрного бізнесу // Облік і фінанси. — 2015. — №1.

**ПОДАТКОВЕ СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА:
ДОСВІД ЄС**

НАЛОГОВЫЕ СТИМУЛЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА: ОПЫТ ЕС

**TAX INCENTIVES FOR THE SMALL BUSINESS DEVELOPMENT: EU
EXPERIENCE**

Анотація. Було проведено комплексний аналіз податкових пільг для діяльності малих підприємств в ЄС та виявлено тенденції їх розвитку. Моніторинг податкового регулювання дозволив оцінити його стан в умовах діяльності малого бізнесу в ЄС

Аннотация. Был проведен комплексный анализ налоговых льгот для деятельности малых предприятий в ЕС и выявлены тенденции его развития. Мониторинг налогового регулирования позволил оценить его состояние в условиях деятельности малого бизнеса в ЕС.

Annotation. The complex analysis of tax incentives for small enterprises activity in EU was conducted and the tendencies of its development were exposed. The monitoring of tax regulation was made and an assessment of its activity in EU was realized.

В Європейському Союзі велика увага приділяється підтримці розвитку малого підприємництва [1] , оскільки великі транснаціональні компанії мають більше можливостей залучати різні ресурси, є більш стійкими до різних ризиків та кон'юнктурних коливань. Отже, обравши євроінтеграційний вектор розвитку держави важливо знати і розуміти механізми підтримки малого підприємництва які використовують країни ЄС.

Згідно офіційних рекомендацій Європейської комісії 2003/361 під терміном «підприємство» в ЄС розуміється будь-який суб'єкт, що здійснює господарську діяльність, незалежно від його правової форми. Цей термін включає, зокрема, самозайнятих осіб та сімейні підприємства, що займаються ремеслом чи іншою діяльністю, а також товариства або асоціації, що регулярно здійснюють господарську діяльність. До малих підприємств відносяться ті, де чисельність найманих працівників має не перевищувати 50 осіб та річний оборот(вартість активів) - не більше 10 млн. євро, також виділяють категорію, мікропідприємств з кількістю працюючих до 10 осіб та 2 млн. євро оборот. До середніх підприємств відносять ті, що мають оборот до 50 млн. євро/та або максимальна сума балансу не перевищує 43 млн. євро та кількість працівників – не більше 250 осіб [2]. Підприємства які не відповідають зазначеним критеріям відносять до великого бізнесу. Максимальна кількість працівників є обов'язковим лімітом, підприємства повинні лише відповідати одному з двох інших критеріїв для того, щоб кваліфікуватись як МСП.

Варто зазначити, що в окремих країнах ЄС застосовуються різноманітні механізми пільгового оподаткування малого і середнього бізнесу, а також можна спостерігати загальний підхід щодо надання пільг на науково-дослідні і дослідно-конструкторські розробки (далі НДДКР) всім підприємствам, незалежно від розміру, і поєднання різних підходів.

В нещодавно опублікованому дослідженні «Малий і середній бізнес в ЄС» автори виділяють п'ять видів податкових пільг:1) схеми прискореної амортизації; 2) інвестиційні відрахування та надбавки; 3) податкові кредити;4) спеціальні режими для певних видів доходу;5) спеціальні податкові ставки [3, с. 59]. Різні податкові пільги відрізняються щодо механізмів, через які вони впливають на розмір податкового навантаження платника.

Використання податкових механізмів здійснюється залежно від впливу на такі елементи податку, як база оподаткування, ставка податку, або розмір податкового зобов'язання платника. Так, спеціальні норми прискореної амортизації, різні варіанти капіталізації витрат та додаткові надбавки в залежності від обсягу інвестицій спрямовуються на зміну бази оподаткування.

Податкові кредити зменшують податкове зобов'язання платника, таким чином зменшуючи сам податок, а не податкову базу, і навіть за відсутності позитивного

оподатковуваного доходу, підлягають відшкодуванню платнику. Такі заходи можуть бути особливо важливо для невеликих новостворених підприємств, які здійснюють витрати на початковій стадії реалізації інноваційного проекту, та науково-дослідницьких заходів, які часто потребують певного часу. Використання спеціальних знижених податкових ставок та режимів для певних видів доходу використовується на етапі оподаткування готового інноваційного продукту.

З 20 обраних країн ЄС - 12 використовували спеціальні ставки податку, що виявилось найпоширенішою формою податкового стимулювання МСП. Прискорену амортизацію використовували 6 країн, інвестиційні відрахування - 6, звільнення від оподаткування - 4 країни та податкові кредити – 4 країни [3, с. 62].

Досвід країн ЄС щодо пільгового оподаткування суб'єктів малого підприємництва свідчить, що в основі оцінки заходів податкового регулювання мають бути наступні критерії:

Ефективність: податкові стимули повинні надавати підприємствам підвищену ліквідність та забезпечувати додаткові інвестиції та зростання.

Нейтральність податкової системи: Підприємства повинні користуватись пільгою незалежно від їх юридичної форми. Більше того, зростання підприємств не повинно бути ускладнено. Отже, податкові пільги з ексклюзивним правом щодо МСП створюють додаткові небажані спотворення податкової системи;

Прозорість для інвесторів: розмір пільги повинен бути передбачуваним для інвесторів, що стимулюватиме прийняття інвестиційних рішень.

Організаційна керованість: втрати в податкових надходженнях повинні бути прогнозовані та адміністративні витрати повинні бути керованими[3, с. 61].

Кожен із перелічених заходів має свої позитивні і негативні сторони, важливим також є врахування вітчизняних особливостей при розробці вітчизняної моделі підтримки розвитку малого підприємництва. Проте, без здійснення належних заходів інституційного і фінансового характеру темпи економічного розвитку залишатимуться незадовільними.

Отже, у країнах ЄС важливе місце і увага приділяється підтримці малого бізнесу як на рівні країн учасниць, так і на рівні європейських інституцій, тому вивчення і адаптація зазначеного досвіду до вітчизняних умов забезпечить економічний розвиток і зростання добробуту громадян.

Література

1. Entrepreneurship and Small and medium-sized enterprises (SMEs) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://ec.europa.eu/growth/smes/support/networks_en
2. Доступ до законодавства ЄС.- [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2003:124:0036:0041:en:PDF>
3. SME taxation in Europe - An empirical study of applied corporate income taxation for SMEs compared to large enterprises [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://ec.europa.eu/growth/content/sme-taxation-europe-%E2%80%93-empirical-study-applied-corporate-income-taxation-smes-compared-0_en

УДК 330 341

Олена Дем'янчук

к. е. н., доцент кафедри політичної економії

ДВНЗ “Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана”,

morandi123@i.ua

ЗАОЩАДЖЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ ДЛЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

СБЕРЕЖЕННЯ ПІДПРИЯТІЙ ДЛЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

SAVINGS OF ENTERPRISES FOR INNOVATIVE DEVELOPMENT

Анотація. Автор наголошує на важливість заощаджень підприємств як джерела фінансово-інвестиційних ресурсів. Кошти, які підприємство заощаджує, мають стати фінансовим фундаментом для інноваційного підприємництва.

Аннотация. Автор подчеркивает важность сбережений предприятий как источника финансово-инвестиционных ресурсов. Средства, которые предприятие сберегает, должны стать финансовым фундаментом для инновационного предпринимательства.

Annotation. The author emphasizes the importance of savings by enterprises as a source of financial and investment resources. The funds that enterprises save must be the financial foundation for innovative entrepreneurship.

Актуальною проблемою економічної теорії та економічної практики є аналіз заощаджень, з'ясування ролі різних суб'єктів економіки в процесі заощадження, виявлення різних форм заощаджень та оцінки їх ефективності та результативності в забезпеченні економічної стабільності та подальшого зростання.

Більшість західних економістів, а також деякі вітчизняні економісти вважають заощадження домогосподарств визначальними у процесі заощадження в країні.

Разом з тим існує інша точка зору. Так, д. е. н. Кваснюк Б.Є. в своїй монографії акцентував увагу на визначальній ролі заощаджень підприємств. "Взагалі західна версія теорії заощаджень виходить з моделі життєвого циклу споживання та заощаджень саме в домашньому господарстві, ... вважаючи, що чим більше в тій чи іншій країні частка молодих поколінь, тим більше у ній рівень національних заощаджень. У цьому підході є багато слушних висновків, однак... головні потоки заощаджень та інвестицій утворюють саме виробничі структури"[1,8].

Заощадження підприємств є джерелом фінансово-інвестиційних ресурсів. Розширення інвестиційних можливостей підприємств відбувається завдяки використанню перш за все внутрішніх ресурсів підприємств. До таких внутрішніх ресурсів відносяться прибуток підприємства (валовий та чистий) та амортизація.

Прибуток – це перевищення виручки від реалізації продукції над витратами, пов'язаними з виробництвом цієї продукції. Якщо від прибутку відняти податок на прибуток, інші відрахування та обов'язкові платежі, отримаємо чистий прибуток. Чистий прибуток за своєю суттю є наявним доходом підприємств. Частина чистого прибутку використовується на приватне споживання, а інша частина заощаджується (це є чисті заощадження підприємств).

Валові заощадження підприємств складаються із чистих заощаджень і амортизації.

Нерозподілений прибуток (це сума прибутку, реінвестована у підприємство) вважається внутрішнім ресурсом для заощаджень і, відповідно, інвестицій на підприємствах.

Більшість вітчизняних економістів зазначає, що посилення податкового тиску на підприємства призводить до послаблення ролі прибутку як джерела фінансових ресурсів для розширеного відтворення на підприємствах [1; 2].

До власних ресурсів підприємства для заощадження та інвестування відносять також амортизацію. Під впливом НТР прискорюються темпи морального зношування засобів праці, що спонукає встановлювати в законодавчому порядку прискорені строки амортизації. "Це дає змогу корпораціям відраховувати до амортизаційного фонду не лише частину вартості зношених основних фондів, а й частину прибутку. Оскільки ці відрахування не оподатковуються, збільшуються розміри амортизаційних сум" [3, 40].

Необхідно зауважити, що підприємства, крім власних ресурсів заощадження, активно використовують залучені ресурси. "... Національні та іноземні кошти фізичних, юридичних осіб і держави можуть потрапити до підприємства двома шляхами: безпосередньо або через фінансово-кредитну сферу. У першому випадку це може відбуватися шляхом:

купівлі власниками заощаджень цінних паперів підприємств на первинному ринку;

надання державою підприємству дотацій, субсидій, пільгових кредитів, тощо;

внесення національними та іноземними інвесторами коштів у статутний фонд підприємства на умовах участі в капіталі;

об'єднання капіталів підприємств" [2, 165-166].

Через фінансово-кредитну сферу відбувається рух основного потоку заощаджень. Кошти населення та інших господарюючих суб'єктів акумулюються у фінансових посередників (банки, пенсійні фонди, страхові компанії, інститути спільного інвестування, лізингові компанії, інші

фінансово-кредитні інститути), які реінвестують ці заощадження з метою отримання прибутків як для себе, так і для суб'єктів, які довірили їм свої заощадження.

Як справедливо відзначав проф. Савченко А.Г., "...фінансова система, за допомогою якої здійснюється переміщення заощаджених коштів від домогосподарств до підприємств, складається з двох інститутів: фінансових ринків і фінансових посередників. Фінансові ринки – це ринки здебільшого облігацій та акцій. До фінансових посередників належать банки, страхові компанії та пенсійні фонди, а також інвестиційні посередники" [4, 208-209].

Таким чином, заощаджують як домогосподарства, так і підприємства, але інвестиції здійснюють підприємства із своїх власних заощаджень і із залучених коштів. Співвідношення у підприємства власних і залучених коштів економісти оцінюють по-різному. "З одного боку, підприємства, що використовують переважно власний капітал, мають найвищу фінансову стійкість, а з іншого – вони обмежують темпи свого розвитку, оскільки не можуть забезпечити формування необхідного додаткового обсягу активів для розширення господарської діяльності". І далі: "...підприємство, яке використовує переважно власний капітал... є згасаючим, оскільки не використовує позикового капіталу для зростання доходності виробництва" [2, 174].

Доцільно назвати чинники, що впливають на обсяги заощадження на підприємствах. До них відносяться:

1. технічний прогрес;
2. наявність в достатній кількості сучасних основних фондів;
3. рівень прибутковості та рентабельності підприємства;
4. податки та різні відрахування, які сплачує підприємство;
5. ділові очікування;
6. економічна політика держави.

Технічний прогрес забезпечує підвищення граничної продуктивності факторів виробництва і зменшення їх граничних витрат. Результатом технічного прогресу стає зменшення виробничих витрат і збільшення прибутковості виробництва, що викликає збільшення можливостей для заощадження.

Наявність основних фондів є необхідним для виробництва достатньої кількості продукції. Але якщо попит на продукцію зростає, то підприємець шукає можливості для збільшення виробництва за рахунок модернізації обладнання, реконструкції на підприємстві, придбання нового, більш продуктивного капіталу. В цих умовах зростає потреба в коштах із амортизаційних фондів.

Рівень прибутковості та рентабельності підприємства прямо впливає на обсяги заощаджень: чим більшими є прибутки підприємства, тим більше є можливостей для заощадження.

Податки та різні відрахування та платежі із доходу підприємства зменшують можливості для заощадження.

Ділові очікування оптимістичні (стосовно прибутку, попиту на продукцію, економічної ситуації в країні і т.інш.) збільшують можливості і заощаджувати, і споживати. Цікаво, що песимістичні ділові очікування (зменшення прибутків, погіршення економічної ситуації, відсутність грошей, збільшення проявів спаду та кризи в країні та світі) також спонукають більше заощаджувати, щоб забезпечити більш-менш стабільне функціонування в майбутньому.

Процес заощадження на підприємствах залежить від економічної політики держави (бюджетно-податкової, грошово-кредитної, інвестиційної, соціальної, амортизаційної, зовнішньоекономічної та ін.).

Заощадження підприємств мають велике значення в інноваційній стратегії розвитку підприємства. Без заощаджень, ефективного пошуку його джерел неможливо здійснювати інновації, розвивати інноваційне підприємництво.

Література

1. Національні заощадження та економічне зростання. За ред. д.ек.н. Кваснюка Б.Є.- К.: МП "Леся".- 2000 р.
2. Активізація інвестиційного процесу в Україні. – Колект. моногр. за ред. М.І.Диби, Т.В.Майорової.- К.: КНЕУ.- 2012.
3. Економічна енциклопедія.- К.: Академія.- 2000.- Т.1.
4. Савченко А.Г. Макроекономіка.- К.: КНЕУ.- 2005.

Андрій Зеленський
к.е.н., заступник завідувача кафедри фінансів, банківської справи та
страхування, Подільський ДАТУ,
zelenskiy2306@gmail.com

Вікторія Сторожук
студентка групи ФБЗ 17-1к,
Кам'янець-Подільський навчально-науковий інститут Університету ДФС,
victoriyastorozhuk@gmail.com

ІННОВАЦІЙНІ ФОРМИ ФІНАНСУВАННЯ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ

ИННОВАЦИОННЫЕ ФОРМЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

INNOVATING FORMS OF FINANCING OF SMALL AND MEDIUM BUSINESS

Анотація. Досліджено інноваційні форми фінансування створення і розвитку малих підприємств. Виокремлено переваги та недоліки основних інноваційних форм фінансування малого та середнього бізнесу в світовій практиці.

Аннотация. Исследованы инновационные формы финансирования создания и развития малых предприятий. Выделены предпочтения и недостатки основных инновационных форм финансирования малого и среднего бизнеса в мировой практике.

Annotation. Innovative forms of financing for creation and development of small enterprises are investigated. The advantages and disadvantages of the main innovative forms of financing of small and medium business in the world practice are highlighted.

Представники малого підприємництва виступають одним із основних секторів ринкової економіки. Роль малого бізнесу полягає головним чином у вирішенні питання зайнятості та створенні додаткових робочих місць, сприянні структурній перебудові економіки, зміцненні економічної бази регіонів, збільшенні загальних обсягів виробництва, створенні сприятливого середовища для розвитку конкуренції, стимулюванні впровадження досягнень наукового прогресу та формуванні нової групи підприємців – власників. У малому бізнесі, на відміну від великих підприємств, питання пошуку та залучення фінансових ресурсів виникає як у процесі створення, розвитку, так і в процесі поточної діяльності. Нестача оборотного капіталу є однією з найбільш поширених проблем у малому підприємстві. На практиці нові або невеликі підприємства не в змозі фінансувати інноваційну діяльність тільки за рахунок внутрішніх ресурсів, оскільки це доволі складно і ризиковано, тому вони звертаються до зовнішніх джерел. Отже, підприємства малого і середнього бізнесу відчують високу потребу в залученні додаткових джерел фінансування [1].

Нині, крім загальноприйнятих способів залучення капіталу, таких як банківське кредитування або публічне розміщення цінних паперів серед зовнішніх потенційних інвесторів (ІРО), існує декілька альтернативних варіантів. Серед них вважають найбільш поширеними є гранти, міжнародні програми, кредити міжнародних банків і фінансових організацій, таких як ЄБРР, МФК, НЕФКО, KfW, фандрайзинг, краудсорсинг, краудфандинг і залучення ангельських інвестицій. Для створення малого бізнесу, наприклад, в кондитерській галузі, пропонуємо скористатися одним із двох останніх видів фінансування. Який спосіб фінансування буде доступний тому чи іншому проекту: краудфандинг або ангельське інвестування – вибір досить складний [2]. Обидва варіанти мають свої позитивні та негативні сторони. Якщо організувати невелике підприємство, виводити на ринок нові продукти, технології або послуги, необхідно ретельно оцінити свої можливості та зупинитися на варіанті, найбільш відповідному для певної ситуації.

Бізнес-ангел – це приватний венчурний інвестор, що забезпечує фінансову та експертну підтримку компаній на ранніх етапах розвитку. Поняття «ангел» сформувалося в театральному середовищі Нью-Йорка на початку ХХ століття. У Театральному кварталі навколо Бродвею

«ангелами» називали забезпечених шанувальників театру, які інвестували в нові постановки. Ангельські інвестиції є головним джерелом фінансування стартапів у Європі.

Краудсорсинг (англ. crowdsourcing; crowd – «натовп», sourcing – «підбір ресурсів») – термін, вперше введений письменником Дже- фом Хауи (Jeff Howe) і редактором журналу Wired Марком Робінсоном (Mark Robinson). У сучасних джерелах подані різноманітні погляди на поняття «краудсорсинг». Краудсорсинг застосовується в різних сферах діяльності – у бізнесі, суспільстві і навіть політиці. Краудсорсинг також використовується для оцінки функціональності або для тестування програмного забезпечення, ігор та веб-сайтів. Ця стратегія корисна для молодої компанії, яка може дослідити приховані помилки до початку комерційного запуску продукту або послуги [4]. Комплекс перспективних технологій і підвищення ефективності краудсорсингу через Інтернет став об'єктом уваги комерційного інтересу ІТ-професіоналів, консультантів, SEOфахівців, зайнятих пошуковою оптимізацією сайтів. Використання індивідуального і колективного споживчого досвіду, інтелекту і комунікаційного потенціалу сприяє підвищенню конкурентоспроможності товару, бренду. Типовим прикладом краудсорсингу може слугувати створення «Вікіпедії» (загальнодоступної вільної багатомовної онлайн-енциклопедії), коли волонтери з різних країн наповнюють цю бібліотеку новою інформацією та редагують її без відшкодування оплати праці. Цю роботу можна класифікувати як роботу у свій вільний час, з метою здобуття досвіду або зв'язків, або просто як хобі.

Краудфандинг (Crowdfunding) - практика фінансування проекту або підприємства за рахунок залучення грошових вкладів від великої кількості людей. Краудфандинг являється окремим випадком краудсорсингу. Сучасна модель краудфандинга, як правило, ґрунтується на трьох типах суб'єктів: ініціатор проекту, який пропонує ідею або проект, які будуть фінансуватися, окремих осіб або груп, які підтримують ідею і готові її фінансувати, і «платформа», що об'єднує боку разом, щоб запустити цю ідею.[5]. Краудфандинг є відносно новим методом фінансування проектів за допомогою Інтернету. Після вдалих втілень у галузі некомерційних культурних і соціальних проектів краудфандинг набирає свою силу і у галузі фінансування стартапів і локальних бізнесів. Громадяни України теж досить активно долучились до новітніх технологій презентації своїх ідей і збору коштів як шляхом використання іноземних краудфандингових веб-сайтів, так і власних українських. Краудфандингова кампанія Oculus VR, зі створення інноваційних очок віртуальної реальності Oculus Rift, виявилася настільки успішною, що багато відомих корпорації світу зацікавилися продуктом і з дуже великою поспіхом почали розробляти свої аналоги ще до офіційного виходу і роздрібних продажів ОкулусРифт. 1-го серпня 2012 була розпочата краудфандингова кампанія на Kickstarter, метою якої було фінансування подальшого розвитку продукту. Протягом 4-х годин відразу після початку зборів було зібрано спочатку вимагали суммасредств в 250 тис. Доларів, за 36 годин - більше 1-го мільйона доларів. У сумі за місяць вдалося зібрати трохи менше 2,5 мільйона доларів від 9,5 тисяч осіб. 25-го березня 2014-го року компанія Oculus VR була викуплена компанією Facebook за 400 млн. Доларів грішми та акціями Facebook на суму 1,6 млрд. Доларів. Марк Цукерберг, керівник Facebook, повідомив, що бачить в Oculus Rift і пристроях віртуальної реальності основу для нового покоління комп'ютерних технологій, що йдуть на зміну смартфонам [6].

Отже, можна дійти висновку, що краудфандинг підходить для розвитку бізнесу на ранніх стадіях, тобто для тих підприємств, яким потрібно, наприклад, завершити виготовлення прототипів і почати масове виробництво першого продукту. Якщо йдеться про прості проекти та невеликий обсяг фінансування, краудфандингові платформи – ідеальне місце для початку просування підприємства. Бізнес-ангели можуть стати гарним вибором для підприємств, які вже мають постійну клієнтську базу і хочуть розвивати свій бізнес. Такі інвестори можуть забезпечити великі вкладення в розвиток малого бізнесу та принести молодій компанії свій безцінний досвід. В цьому випадку треба чітко усвідомити, який відсоток акцій ви готові передати в чужі руки, і чи зможете ви бути досить гнучкими, щоб задовольняти потреби своїх інвесторів. Отже, прийняття рішення про той чи інший спосіб фінансування малого підприємства, може бути дуже непростим. Кожен із цих варіантів має хороші та погані наслідки, які значно варіюються залежно від стартових даних компанії.

Література

1. Єрмак С. О., Лісніченко О. О. Джерела фінансування інноваційної діяльності в Україні // Ефективна економіка. 2015. № 3. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4034>
2. Зеленський А.В. Теоретичні підходи до визначення сутності понять «фінансова політика» та «фінансовий механізм» / А.В. Зеленський // Економічний дискурс: Міжнародний збірник наукових праць. – 2014. – №2. – С.172-175.
3. Бизнес-ангел, бизнес-ангелы. [Електронне джерело] – Режим доступу: <http://www.progressive-management.com.ua/glossary-management/146-biznes-angel-business-angels/>
4. Так появился неологизм – Краудсорсинг. [Електронне джерело] – Режим доступу: <http://crowdsourcing.ru/article/tak-poyavilsya-crowdsourcing>
5. Что такое краудсорсинг? [Електронне джерело] – Режим доступу: http://crowdsourcing.ru/article/what_is_the_crowdsourcing
6. 10 самых перспективных украинских стартапов. [Електронне джерело] – Режим доступу: <http://ain.ua/2014/01/14/507167>

УДК 336.71

Тетяна Іванова

*к. е. н., доцент, доцент кафедри менеджменту банківської діяльності,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»,
t.ivanova_03@ukr.net*

НАПРЯМКИ ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

НАПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИННОВАЦИЙ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ УКРАИНЫ

DIRECTIONS OF FINANCING INNOVATIONS OF AGRICULTURAL ENTERPRISES OF UKRAINE

Анотація. В тезах розглянуто особливості інноваційного процесу в сільському господарстві та проаналізовано напрямки фінансування сільськогосподарських підприємств в Україні. З'ясовано, що в сучасних умовах необхідна зміна акцентів у фінансуванні сільськогосподарських підприємств, з метою забезпечення їх інноваційного розвитку.

Анотация. В тезисах рассмотрены особенности инновационного процесса в сельском хозяйстве и проанализированы направления финансирования сельскохозяйственных предприятий в Украине. Установлено, что в современных условиях необходимо изменение акцентов в финансировании сельскохозяйственных предприятий, с целью обеспечения их инновационного развития.

Annotation. The thesis considers the peculiarities of the innovation process in agriculture and analyzes the directions of financing of agricultural enterprises in Ukraine. It has been found out that in today's conditions changes in the financing of agricultural enterprises are needed to ensure their innovative development.

Стале функціонування сільського господарства, а також інших сфер АПК України, забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних продовольчих товарів нерозривно пов'язані з активізацією інноваційних процесів. Ключовим елементом системи ефективного розвитку сільського господарства України є перехід до інноваційної моделі, що функціонує на технічному та технологічному переозброєнні галузі. Впровадження інновацій у всіх напрямках діяльності сільськогосподарських підприємств сприятиме: підвищенню продуктивності праці, економії різних видів ресурсів, скороченню витрат і зниженню собівартості сільськогосподарської продукції, нарощуванню обсягів та підвищенню ефективності сільськогосподарського виробництва.

На наш погляд, головною метою фінансування інновацій сільськогосподарських підприємств є розширення нових і поліпшення існуючих можливостей для вітчизняного

агробізнесу, покращення доступу до фінансування та умов фінансування для всіх зацікавлених сторін з використанням кращих європейських та міжнародних практик. Кожній галузі або сфері аграрного виробництва властивий свій певний набір інновацій, пов'язаний в основному з їх галузевими, функціональними, техніко - технологічними і організаційними особливостями, одна з яких полягає в тому, що в АПК у виробничому процесі поряд з промисловими засобами виробництва беруть активну участь живі організми - тварини і рослини. Розширене відтворення протікає у взаємодії економічних і природно - біологічних процесів. Складність агропромислового виробництва та його специфіка визначають своєрідність підходів і методів управління інноваційною діяльністю, поєднання різних типів інновацій, посилення ролі держави в стимулюванні інновацій.

Інноваційний процес в сільському господарстві має ряд особливостей в порівнянні з іншими сферами господарювання, а саме:

- тривалий процес розробки інновації (пов'язано з селекційною роботою);
- інновації, як правило, поліпшують якість об'єкта (наприклад, підвищення врожайності);
- дослідження живих організмів (рослин, тварин, мікроорганізмів);
- провідна роль науково-дослідних установ;
- залежність від природної зони і кліматичних умов.

Аналіз сучасного стану інноваційного розвитку сільського господарства України показав, що в аграрному секторі відсутні відпрацьовані механізми впровадження нових технологій і системи науково-технічної інформації та використовуються недосконалі методи та форми організації виробництва та управління. Вкрай низька активність інноваційної діяльності в сільському господарстві обумовлена недосконалістю організаційно-економічного механізму освоєння інновацій.

Тому, вважаємо, пріоритетними заходами при фінансуванні інновацій сільськогосподарських підприємств є:

1. Визначення державних пріоритетів, політики підтримки та використання адресних фінансових інструментів для конкретних категорій сільськогосподарських виробників (великі, середні, малі та мікро).

2. Завершення земельної реформи. Можливості використання землі та права оренди в якості застави при фінансуванні сільського господарства та в якості об'єктів вільного обігу.

3. Стимулювання розвитку вторинного фінансового ринку; запровадження стандартів IFRS.

4. Реалізація та забезпечення обороту аграрних розписок та складських свідоцтв.

5. Сприяння покращенню ліквідності фінансового ринку для сільськогосподарських товаровиробників через співпрацю з НБУ і міжнародними донорськими організаціями.

6. Створення системи гарантування кредитування малих і середніх підприємств.

7. Відновлення державної програми підтримки страхування в аграрному секторі. Розробка та впровадження інструментів зниження ризиків, таких як страхування (врожаю, доходів, тощо), деривативи в сільському господарстві.

8. Підвищення фінансової грамотності сільськогосподарських виробників та сільськогосподарської грамотності фінансового сектору; сприяння запровадженню найкращих практик корпоративного управління для сільськогосподарських підприємств.

9. Розробка нормативно-правової бази для кредитних спілок та кооперативних банків, як постачальників фінансових послуг для найдрібніших сільськогосподарських виробників відповідно до вимог НБУ; започаткування (неурядового) фонду рефінансування банків та кредитних спілок для кредитування малих виробників.

10. Сприяння створенню кооперативних банків.

11. Формування та розвиток форвардного та ф'ючерсного аграрних ринків, інших фінансових механізмів для хеджування ризиків.

12. Сприяння запровадженню фонду (інституції) підтримки окремих напрямків та програм в агробізнесі на засадах співфінансування, за рахунок різних за своєю сутністю джерел фінансування.

Програмно-цільове управління фінансуванням інновацій сільськогосподарських підприємств відноситься до числа найважливіших напрямків розвитку АПК в Україні, що забезпечить сталий розвиток агропромислової сфери. Інституціональне організаційно-

економічне вирішення означених проблем представлено в Стратегії розвитку сільського господарства та сільських територій на період 2015-2020 роки [1].

В 2016-2017 роках активно використовувались наступні напрямки фінансування сільськогосподарських підприємств: банківське кредитування; інвестиції; аграрні розписки; товарні кредити; вексельне фінансування та державна підтримка.

Банківське кредитування. У системі фінансової підтримки аграрного виробництва сільськогосподарських підприємств банківське кредитування забезпечує 25–26% фінансових ресурсів і посідає друге місце після внутрішнього самофінансування. У зв'язку з очищенням банківської системи, за останні 3 роки біля 100 банків припинили свою діяльність. Серед ліквідованих банків були і ті, які активно кредитували сільськогосподарський сектор. Аналізуючи обсяги кредитів, виданих за 2016-2017 роки, загальна сума виділених кредитів для АПК збільшилася на 6,7% в порівнянні з попереднім роком (+4 млрд грн) [2].

Інвестиції. Одним з важливих міжнародних інвесторів українського аграрного бізнесу вважається Європейський банк реконструкції та розвитку (ЄБРР). За останні 3 роки ЄБРР інвестував в проекти українського АПК на загальну суму понад 600 млн. доларів США. При цьому банком виділяються ресурси не тільки на підтримку операційної діяльності, але й на розвиток переробних та інфраструктурних об'єктів. Так, ЄБРР інвестував в 2015-2016 рр. більш ніж 18 млн. доларів на побудову додаткових терміналів для зберігання зерна в Одеському порту, а в 2013 - 2014 рр. було виділено 60 млн. доларів США на збільшення елеваторних потужностей в Україні. Також важливу роль у становленні аграрного бізнесу України грає МФК (Міжнародна фінансова корпорація, IFC). В 2016 році МФК інвестувала в український АПК біля 300 млн. доларів США [2].

Аграрні розписки. Проект, запущений в Україні за допомогою МФК, має в основі досвід використання даного інструменту бразильськими аграріями ще з 1994 року. В Україні, починаючи з 2014 року, проект по впровадженню аграрних розписок був в статусі «пілотного» і діяв тільки в Полтавській області. За даними Міністерства аграрної політики і продовольства України, з 2014 року було оформлено 10 аграрних розписок на загальну суму близько 40 млн грн (приблизно 1,4 млн. доларів США) [3]. З 2016 року проект аграрних розписок розширить свою географію ще на 3 області: Харківську, Вінницьку та Черкаську.

Товарні кредити. В Україні товарні кредити сільськогосподарським підприємствам традиційно видають ресурсні компанії. Для підтримки стабільного рівня продажів ресурсні компанії пропонують нові варіанти програм для аграріїв: з більш вигідними відсотками передоплати, спрощеними методами повернення боргу або ж додатковим дисконтом на товар. Даний вид кредитування вигідний для сільгоспвиробників, оскільки процентна ставка на залишок боргу на порядок менше, ніж пропонують банківські установи та сільськогосподарські підприємства відразу отримують необхідний для проведення посівної кампанії матеріал, а розраховуються зібраним врожаєм.

Вексельне фінансування. Схема вексельного фінансування полягає в тому, що, крім сільськогосподарських підприємств і ресурсного виробника, в кредитні відносини також знаходиться і дистриб'ютор продукції. Сільськогосподарські підприємства мають право розраховуватися з кредитором-дистриб'ютором за допомогою авальованих векселів. З 2015 року вексельна форма кредитування займає близько 40% аграрного кредитного портфеля фінансових установ [3].

Отже, в цілому інноваційний розвиток АПК буде цілком залежати від ефективності аграрної політики, її адаптації до швидкозмінних умов, здатності перетворити аграрний сектор у національний пріоритет. В економічному механізмі реалізації фінансування інновацій сільськогосподарських підприємств необхідно врахувати:

- напрямки та параметри фінансової підтримки інноваційної сфери АПК;
- систему фінансування та кредитування інновацій;
- формування цінових відносин на різних етапах інноваційного процесу;
- питання оподаткування сільськогосподарських підприємств, що займаються інноваційною діяльністю.

Література

1. Стратегія розвитку сільського господарства та сільських територій на період 2015-2020 роки [Електронний ресурс] // Режим доступу до матеріалів: <http://minagro.gov.ua/system/files/%D0%84%D0%B4%D0%B8%D0%BD%D0%2015-2020.pdf>.
2. Ведение аграрного бизнеса в Украине [Електронний ресурс] // Режим доступу до матеріалів: http://ucab.ua/files/Survey/Doing/Doing2016_rus_web.pdf.
3. Агробизнес Украины 2016 / 2017 [Електронний ресурс] // Режим доступу до матеріалів: http://agribusinessinukraine.com/get_file/id/the-infographics-report-ukrainian-agribusiness-2017-0510.pdf.

УДК 336.647/ 648

Алла Іванова

*к.е.н., доцент кафедри стратегії підприємства,
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,
allaserg.ivanova@gmail.com*

Максим Шульга

*студент 5 курсу, факультету економіки та управління
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,
shulhamaksym@gmail.com*

СИСТЕМА ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

СИСТЕМА ФИНАНСОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА УКРАИНЫ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

SYSTEM OF FINANCIAL SUPPORT FOR SMALL BUSINESS DEVELOPMENT OF UKRAINE: PROBLEMS AND PROSPECTS

Анотація. У роботі представлено особливості фінансового забезпечення розвитку малого підприємництва. Наведена характеристика сучасних видів фінансового забезпечення. Розглянуто проблеми та наведено рекомендації щодо розв'язання проблем, розвитку малого підприємництва в Україні.

Аннотация. В работе представлены особенности финансового обеспечения развития малого предпринимательства. Приведенная характеристика современных видов финансового обеспечения. Рассмотрены проблемы и приведены рекомендации по решению проблем, развития малого предпринимательства в Украине.

Abstract. The paper presents the features of financial support for small business development. The resulted characteristic of modern kinds of financial maintenance. Problems are considered and recommendations for solving problems, development of small business in Ukraine are given.

Формування системи фінансового забезпечення розвитку малого підприємництва в Україні відбувається на фоні кризових явищ в фінансово-кредитній сфері, під час часткової відсутності прямої державної фінансової підтримки та належного управління процесом їх відповідного процесу фінансування через фінансову інфраструктуру. Сказане обумовлює запровадження комплексу заходів органами державної влади, які полягають у забезпеченні дієвої та прозорої державної фінансової політики у секторі малого підприємництва та узгодженості даної політики із регіональною політикою фінансово-кредитної підтримки малого підприємництва [3].

На сучасному етапі розвитку економіки для України характерна хаотичність, нестабільність тенденцій та незрозумілий характер правил ведення бізнесу. Нажаль, досі сформувані власну модель економічного розвитку малих підприємств нам не вдалось, а запровадити найкращі здобутки світового досвіду – чомусь не наважуємось. З огляду на це, реалізація ефективної концептуальної моделі фінансового забезпечення розвитку суб'єктів

малого підприємництва потребує ґрунтовного дослідження світового досвіду у сфері фінансової підтримки та стимулювання їх діяльності [5;2].

До основних методів фінансового забезпечення належать: власний капітал, а саме його використання; кредитування або залучення капіталу; зовнішнє фінансування. Переваги та недоліки способів фінансування наведено в таблиці 1 [4]. Важливо відзначити, що найбільш прогресивно розвинуті країни по-різному підходять до формування політики фінансової підтримки розвитку суб'єктів малого підприємництва та співвідношення прямих та непрямих інструментів її забезпечення.

Здебільшого пряма фінансова підтримка суб'єктів малого підприємництва передбачається для пріоритетних галузей національної економіки, де зосереджені малі підприємницькі структури, інноваційна та наукова діяльність, це можуть бути: дотації і гранти; відшкодування

процентів або частини процентів за кредитами, отриманими саме на заснування власного бізнесу; повернення частини кредиту; надання певних державних або банківських гарантій, надання безповоротної допомоги або довгострокових, по-можливості, безвідсоткових кредитів.

Заходи непрямой фінансової підтримки розвитку суб'єктів малого підприємництва визначаються спеціальними режимами фіскальними режимами податкової політики, а також системою податкових пільг до яких належать: часткове або повне звільнення від сплати окремих видів податків та зборів; інвестиційні податкові кредити на засоби, що направляються на розширення виробництва саме за рахунок власних ресурсів, амортизації; податкові знижки на прибуток, пільгове формування спеціальних цільових резервних фондів за рахунок неоподаткованого прибутку, пільгове оподаткування асортименту продукції, систему стимулюючих заходів відносно потоків інвестицій і компаній, які спеціалізуються на фінансуванні невеликих фірм з інноваційними технологіями [3].

Отже, можна сказати що, на сьогоднішній день основними факторами при виборі інструментів фінансової підтримки у світовій практиці є: податковий механізм, порядок та організація відкриття та ведення бізнесу; співвідношення прямих та непрямих форм фінансової допомоги; фінансове забезпечення залежно від етапу життєвого циклу; вибір пріоритетних напрямів діяльності та особливих сфер підтримки, які підлягають бюджетному фінансуванню тощо.

Світова практика в своєму розвитку дійшла до етапу коли сформувалися дві ключові моделі фінансування суб'єктів малого підприємництва це: американська та німецька. Відповідно до американської моделі головним напрямом фінансування є пряма підтримка малих підприємств за рахунок державних коштів і правильне та незалежне використання державного і приватного фінансування малого бізнесу. В той же час основою німецької системи стає в більшості випадків державне фінансування приватних фінансових інститутів, зокрема, венчурних, що здійснюють фінансову підтримку малого бізнесу, тобто на даному етапі увага приділяється різним міжнародним фінансовим організаціям [1].

Незважаючи на те, що в Україні декларуються та практикуються практично усі форми, методи та механізми державної, недержавної та змішаної системи фінансового забезпечення розвитку малого підприємництва за взірцем країн-лідерів, однак вони мають низьку якість і не сприяють ні кількісному, ні якісному розвитку досліджуваних суб'єктів. У зв'язку із цим механізми фінансово-кредитної підтримки потребують подальшого вдосконалення та поширення, адже спектр фінансових послуг, які надаються закладами з підтримки малого підприємництва, є надто обмеженим і не відповідає вимогам сьогодення, а факти державної фінансово-кредитної підтримки мають одиничний характер, майже недосяжні і тому невідчутні для основної маси суб'єктів малого підприємництва.

Так, обмеженість державних фінансових ресурсів, спрямованих на державну підтримку і розвиток малого підприємництва, скорочує можливості Українського фонду підтримки підприємництва, ускладнює виконання заходів національної, міжрегіональних і галузевих програм підтримки малого підприємництва.

Основними проблемами на сьогоднішній день є [2]:

- важкість суб'єктами малого підприємництва залучити банківське фінансування;
- низька, а інколи навіть відсутня державна підтримка фінансування СМП;
- нерозвинена та як наслідок неефективна система мікрофінансування;
- недостатнє використання в сфері малого бізнесу типових схем лізингу.

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ СПОСОБІВ ФІНАНСУВАННЯ СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Способи фінансування суб'єктів малого підприємництва	Переваги	Недоліки
Самофінансування	– низький рівень неплатоспроможності та банкрутства підприємства; – безвідсоткове користування.	– обмеженість коштів, які повністю залежать від діяльності минулих періодів;
Фінансування з боку держави	– відносно дешевий вид фінансування	– тривалий процес отримання фінансування; – великий бюрократичний важіль на шляху отримання фінансування.
Банківське кредитування	– використання спеціально розроблених фінансових інструментів для суб'єктів малого бізнесу.	– висока плата за користування; – трудомісткий в процесі отримання; – необхідність забезпечувати майном.
Лізинг	– забезпечує можливість отримання обладнання без його повної оплати; – присутня можливість знизити базу оподаткування, оскільки всі витрати на придбання обладнання відносяться на собівартість продукції лізингоотримувача	– необхідність великого першого лізингового платежу; – наявність обмеження в розмірі заставного забезпечення.
Факторинг	– простота та швидкість отримання коштів, у разі гарної репутації;	– відносно висока вартість залучення фінансових послуг порівнюючи з іншими методами; – на ринку присутня обмежена кількість фінансових інструментів факторингових продуктів для малого бізнесу.
Венчурне фінансування	– процес отримання здійснюється без надання підприємствами будь-якої застави	– вносить вплив на зміну структури власності; – в більшості випадків застосовується для реалізації лише високоефективних проектів.
Краудфандинг	– легкість отримання, безоплатне отримання фінансування.	використовується переважно на етапі старт ап.

Тож варто приділити увагу шляхам вирішення даних проблем фінансування. До таких напрямів належать: підвищення стимулювання ринку банківського фінансування шляхом часткового звільнення від оподаткування, створення фондів гарантування вкладів, створення фондів з метою кредитування малого підприємництва, та максимальне поширення інформації про існуючі програми фінансування. Варто зазначити, що ключовими напрямами розвитку системи фінансування малого бізнесу в Україні є розвиток фондового та фінансово-кредитного ринків, можливо створення фондового ринку суб'єктів малого підприємництва, посилення співпраці з міжнародними фондами і організаціями, які підтримують мале підприємництво, реалізація цілісної державної підтримки в даній сфері.

Література

1. Варналій З. С. Моделювання системи фінансового забезпечення розвитку малих підприємств / Варналій З. С. // «Економіка. Менеджмент. Бізнес». – 2017. – С. 144 –151.

2. Васильєва Д. В. Актуальні проблеми розвитку малого бізнесу в Україні / Д. В. Васильєва. // Механізм регулювання економіки. – 2011. – №3. – С. 188–196.
3. Ломачинська І. А. Фінансове забезпечення розвитку малого підприємництва в Україні / Ломачинська І. А. // Одеський національний університет імені І.І. Мечникова. – 2012. – №3. – С. 13–16.
4. Мацелюх Н. П. Розвиток форм і методів кредитування малого і середнього бізнесу / Н. П. Мацелюх, О. М. Унінець. // Економічний часопис - XXI. – 2013. – №9. – С. 38–41.
5. Оксенюк К.І. Фінансове забезпечення розвитку малого підприємництва в Україні / Оксенюк К.І. // «Молодий вчений». – 2017р. – С. 23–28.

УДК 336.743

Алла Іващенко

*к.е.н., доцент кафедри корпоративних фінансів і контролінгу,
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,
alla.ivashchenko@kneu.edu.ua*

ОЦІНКА РОЗВИТКУ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА В СИСТЕМІ ПОКАЗНИКІВ SME POLICY INDEX

ОЦЕНКА РАЗВИТИЯ БИЗНЕС-СРЕДЫ В СИСТЕМЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ SME POLICY INDEX

ASSESSMENT OF BUSINESS ENVIRONMENT DEVELOPMENT IN THE SYSTEM SME POLICY INDEX INDICATORS

Анотація. У дослідженні розглянуто основні переваги та недоліки розвитку бізнес-середовища в Україні. Виявлено основні стримуючі фактори розвитку сектору МСБ та визначено, що оцінку SME Policy Index може бути використано як інформаційний інструмент компаративного аналізу для країн східного партнерства.

Аннотация. В исследовании рассмотрено основные преимущества и недостатки в развитии бизнес-среды в Украине. Определены основные сдерживающие факторы развития сектора МСБ и выявлено, что оценка SME Policy Index может быть использована как информационный инструмент компаративного анализа для стран восточного партнерства.

Abstract. The main benefits and weaknesses of business development in Ukraine are revealed in the research. The author considered the main constraints for SME's development. It was identified that SME Policy Index assessment can be used as informational toll for conducting comparative analysis for Eastern partnership countries.

Беручи до уваги важливість розвитку малого та середнього бізнесу (МСБ) для економічного зростання є необхідним проаналізувати основні вигоди та перешкоди для його створення та подальшого розвитку. Зазначений аналіз можна провести з урахуванням показників різноманітних міжнародних рейтингових методик, зокрема Doing Business, Economic Freedom Index, SME Policy Index.

В дослідженні доцільно провести аналіз SME Policy Index, метою якого є виявлення основних сильних та слабких сторін бізнес-розвитку. Цей індекс застосовується для «emerging» економік щодо моніторингу та оцінки прогресу в політиці підтримки розвитку МСБ.

SME Policy Index був створений Організацією економічного співробітництва і розвитку (ОЕСР) Європейською Комісією, Європейською фундацією торгівлі та Європейським банком реконструкції та розвитку. Структура індексу представлена 10 принципами Акту розвитку малого бізнесу в Європі (Small Business Act for Europe – SBA), заснований на кращих практиках ведення бізнесу в ЄС.

Оцінка SME Policy Index проводиться для країн східного партнерства (Eastern Partner region), представники даного регіону мають майже рівні умови та особливості розвитку бізнесу, такі як величезні площі сільськогосподарських земель, значний рівень енергетичних та природних ресурсів, кваліфікована робоча сила, наявність різноманітних торговельних угод та ін.

Регіон східного партнерства включає Вірменію, Азербайджан, Білорусь, Грузія, Молдову та Україну. Перше оцінювання зазначених країн було проведено у 2012 році, визначивши найбільш значимі проблеми для розвитку бізнесу.

Наступну оцінку було проведено в 2016, основною ідеєю якої було виявлення ключових досягнень та проблем у порівнянні з результатами 2012 року. Аналіз було направлено на оцінку політики щодо розвитку середовища для мікро-, малих та середніх підприємств [1].

Згадані вище оцінки є інформаційним джерелом для представників влади щодо вектору зміни перспектив політики в секторі МСБ та рекомендацій для їх розвитку. Також визначаються сильні та слабкі сторони в процесах створення, впровадження, контролю та моніторингу у порівнянні з попередніми досягненнями країни.

Крім того, SME Policy Index може бути використано як аналітичний інструмент компаративного аналізу економічного розвитку країн східного партнерства.

Розглядаючи такі існуючі в Україні проблеми як конфлікт на сході країни та відсутність ключових реформ у довгостроковому періоді, стагнацію економіки та її рецесію, можна сказати що саме ці фактори більшою мірою і спричиняють основні перешкоди у розвитку МСБ. У результаті оцінки 2016 було виявлено незначний прогрес для більшості бізнес сфер в Україні при порівнянні з 2012 роком.

Окрім того, слід відзначити позитивні зрушення у бізнес розвитку у період 2012-2016 рр. включаючи впровадження умов щодо спрощення процедур реєстрації бізнесу, розширення послуг електронного врядування, скасування торгових бар'єрів, орієнтація на стандарти ЄС тощо. З іншого боку, нестача доступу до фінансування та реальної довгострокової стратегії для розвитку МСБ можуть розглядатися як основні стримуючі фактори для бізнес-розвитку.

Для глибшого розуміння рівня привабливості економічних умов щодо розвитку МСБ є доцільним розглянути індикатори оцінки SME Policy Index (табл. 1)

Таблиця 1

SME POLICY INDEX В УКРАЇНІ У 2012 ТА 2016 РР. В УКРАЇНІ ТА КРАЇНАХ СХІДНОГО ПАРТНЕРСТВА У 2016 Р.

Показник	Рейтинг для України 2012	Рейтинг для України 2016	Рейтинг для країн східного партнерства 2016	Тренд змін для України 2016/2012
1. Навчання підприємців та жіноче підприємництво	1,65	2,25	2,52	0,6
2. Банкрутство та надання другого шансу для підприємств МСБ	1,94	2,05	2,71	0,11
3. Регуляторні обмеження в політиці одо підтримки МСБ	2,13	2,45	2,95	0,32
4. Операційне середовище для підприємств МСБ	3,41	3,81	4,01	0,4
5А. Послуги підтримки для підприємств МСБ та стартапів	1,77	1,84	3,13	0,07
5В. Публічні закупівлі	2,57	2,73	3,12	0,16
6. Доступ до фінансування для підприємств МСБ	2,59	3,22	3,28	0,63
7. Стандарти та технічні регулювання	3,25	4,34	3,76	1,09
8А. Навички підприємництва	2,44	2,56	2,66	0,12
8В. Інновації	2,37	1,86	2,57	-0,51
9. МСБ в зеленій економіці	1,2	1,22	1,99	0,02
10. Інтернаціоналізація МСБ	1,93	1,63	2,79	-0,3

Джерело: сформовано автором на основі of [1, 2]

Табл. 1 демонструє головні зміни щодо політики підтримки МСБ в Україні згідно до кожного принципу Акту розвитку малого бізнесу в ЄС. Позитивна тенденція зростання

спостерігається для більшості факторів, але є виключення, які пов'язані з інноваціями та інтернаціоналізацією МСБ.

Найвищий рівень зростання характерний для показника 7 – стандарти та технічні регулювання та показник 1 - навчання підприємців та жіноче підприємництво. Позитивні зміни переважно стосуються посилення інституційного, регуляторного та операційного середовища (показник 3 – Регуляторні обмеження в політиці одо підтримки МСБ, 4 – Операційне середовище для підприємств МСБ та 2 – Банкрутство та надання другого шансу для підприємств МСБ)

Прогрес більшою мірою було досягнуто шляхом впровадження процедур дерегуляції економічної діяльності, пришвидшення процедур бізнес-реєстрації та використання інструментів електронного врядування.

Слабкі сторони стосуються переважно сфер банкрутства, оцінки впливу регуляторних процедур, загального регуляторного тягаря для бізнесу. Відсутність стратегії розвитку МСБ та плану дій спряють анти систематичному механізму здійснення політиці в секторі МСБ та існуванні вузьких місць в інституційних регулюваннях для МСБ.

Довгострокова стратегія для розвитку МСБ, включаючи створення більш привабливої законодавчої системи, удосконалення ефективності консультування між державним та приватним сектором, зокрема посередництво для МСБ у прийнятті законів, сприяння кооперації між дослідницькими інститутами та бізнесом, створення пільг для інноваційної діяльності МСБ повинні стати пріоритетними напрямками політики для влади в Україні.

Отже, міжнародні рейтинги, а саме SME Policy Index можна розглядати як напрям оцінки економіки в аспектах бізнес-розвитку, підкреслюючи основні сильні та слабкі сторони, які можуть бути корисними для інвесторів, фінансових і державних інституцій та інших учасників ринку.

Література

1. SME Policy Index: Eastern Partner Countries 2016. Assessing the Implementation of the Small Business Act for Europe. Available at: https://www.keepeek.com//Digital-Asset-Management/oecd/development/sme-policy-index-eastern-partner-countries-2016_9789264246249-en#page23.

2. SME Policy Index. Eastern Partner Countries 2012. PROGRESS IN THE IMPLEMENTATION OF THE SMALL BUSINESS ACT FOR EUROPE. Available at: <http://www.oecd.org/global-relations/SMEEasternPartnership.pdf>.

УДК 330.341: 659.235

Світлана Кір'ян

*к.е.н., доцент кафедри фінансів, обліку та оподаткування
ПВНЗ «Європейський університет»,
s_kiryan@ukr.net*

ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НАУКОВО-ДОСЛІДНИХ ГОСПОДАРСТВ НААН

ФИНАНСИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ УЧРЕЖДЕНИЙ НААН

FINANCING OF INNOVATIVE ACTIVITIES SCIENTIFIC-RESEARCH INSTITUTIONS NAAS

Анотація. Фінансування інноваційної діяльності науково-дослідних установ НААН необхідне з метою підвищення інноваційних розробок в сільському господарстві. Розподіл бюджетних коштів здійснюється пропорційно прогнозованим обсягам витрат на виконання робіт у первинному насінництві. Розв'язання проблеми фінансування інноваційної діяльності науково-дослідних господарств має здійснюватися на більш організованій основі, з визначенням

кількарічної стратегії та стимулюванням зі сторони держави залучення до цих процесів приватного капіталу.

Анотация. Финансирование инновационной деятельности научно-исследовательских учреждений НААН необходимо с целью повышения инновационных разработок в сельском хозяйстве. Распределение бюджетных средств осуществляется пропорционально прогнозируемым объемам затрат на выполнение работ в первичном семеноводстве. Решение проблемы финансирования инновационной деятельности научно-исследовательских хозяйств должно осуществляться на более организованной основе, с определением многолетней стратегии и стимулирования со стороны государства привлечения к этим процессам частного капитала.

Abstract. The financing of innovation activity of research institutes of NAAS is necessary in order to increase innovative development in agriculture. The distribution of budget funds is carried out in proportion to the estimated amount of expenses for the performance of works in primary seed. The solution of the problem of financing innovative activities of research and development farms should be organized on a more organized basis, with the definition of a multi-year strategy and incentives from the state to involve private capital in these processes.

Одним із видів інноваційної діяльності НААН є формування та розвиток науково-дослідних господарств. У свою чергу, вони належать до сфери наукового забезпечення ведення сільського господарства і, як інноваційна складова, є об'єктом державної підтримки.

В Україні, відповідно до Закону "Про наукову і науково-технічну діяльність", в ст. 48 "Фінансове забезпечення наукової і науково-технічної діяльності", визначено, що бюджетне фінансування здійснюється за рахунок коштів державного бюджету, а обсяг коштів щорічно визначається в Законі про "Державний бюджет України" - не менше 1,7% ВВП. Проте, на практиці фінансування значно нижче, питома вага загального обсягу видатків на фінансування наукових і науково-технічних робіт в структурі ВВП України в 2014 р склала 0,62%, в тому числі за рахунок коштів державного бюджету - 0,21%. У цьому ж періоді питома вага витрат на наукові дослідження і розробки у ВВП країн ЄС-28 в середньому становили 2,03% [1].

Так, на думку академіка С. Володіна, «недооцінка ролі формування національних інноваційних систем уже в найближчі роки буде мати негативні наслідки, у тому числі й для аграрного сектору України. В умовах жорсткої конкуренції на світових ринках Україна може стати сировинним придатком технологічно розвинутих країн»[2].

З 2012 р. до теперішнього часу (збережено в Держбюджеті-2018) діє програма 2801050 "Дослідження, прикладні наукові та науково-технічні розробки, виконання робіт за державними цільовими програмами і державним замовленням у сфері розвитку агропромислового комплексу, підготовка наукових кадрів, наукові розробки у сфері стандартизації та сертифікації сільськогосподарської продукції, дослідження та експериментальні розробки у сфері агропромислового комплексу", паспорт якої на поточний період затверджений спільним наказом Міністерства аграрної політики та Міністерства фінансів України № 80/314 від 12.03.2015.

Таблиця 1

ФІНАНСУВАННЯ БЮДЖЕТНОЇ ПРОГРАМИ ПІДТРИМКИ НАУКОВО-ДОСЛІДНИХ ГОСПОДАРСТВ НААНУ ЗА ПЕРІОД 2014-2016 РР. ТА ПЛАН НА 2017 Р., тис. грн.

Код програми	2014 р.		2015 р.		2016 р.		2017 р.
	план	факт	план	факт	план	факт	план
2600	1247,0	1247,0	2219,7	2219,7	2629,9	2411,9	1527,5
у т.ч. рослинництво	758,7	758,7	1308,6	1308,6	1527,5	1400,0	1527,5

Джерело: За даними [3].

За обсягами фінансування, частка витрат на наукові розробки в сільському господарстві у витратах апарату МАПіПу 2014 р. склала 3,9%, а обсяг фінансування - 104,54 тис. грн. У 2015 р. обсяг фінансування не змінився і навіть зменшився до 86,92 тис. грн., але в структурі витрат апарату зайняв 16,5% через низькі витрати на інші програми. Виконання планових показників за бюджетною програмою 2801050 високе, 91-95%, що пояснюється захистом соціальних статей на підтримку діяльності наукових установ. Видатки розвитку на науку не збільшувалися, на 2017 рік передбачено 109,340 тис. грн. за програмою 2801050, що в структурі витрат апарату займає 2,7%, а на 2018 р. – 232,445 тис. грн., або 3,4 % видатків.

Фінансування діяльності польових дослідних станцій рослинництва здійснюється безпосередньо з бюджету Академії аграрних наук України (далі - НААНУ), в рамках бюджетної програми за кодом 6591080 "Здійснення заходів щодо підтримки науково-дослідних господарств" (2700) у напрямку - селекція сільськогосподарських культур в первинних ланках насінництва. Станом на 2015 р. у підпорядкуванні НААНУ перебувала 51 дослідна станція та інші науково-дослідні установи, інститути і наукові центри. За період 2014-2017 рр. фінансування планувалося і здійснювалося в обсягах, наведених в табл. 1.

Галузь знаходиться в критичному стані, коштів явно не вистачає на ведення повноцінної діяльності. Якщо в 2014-2015 рр. планове фінансування і касове споживання були ідентичні, в 2016 р. недофінансування навіть планових бюджетів склало 8%. Якщо в 2016 р. проти 2014 р. фактичне фінансування зросло в 1,93 рази, то в планах на 2017 р. проти фактичних касових видатків 2016 р. зменшення фінансування склало 36,7%.

У звіті НААН за 2017 рік [2] приведено дані щодо фінансування науково-дослідних господарств, аналіз яких здійснено у таблиці 2.

Таблиця 2

**ЗАХОДИ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ НАУКОВО-ДОСЛІДНИХ ГОСПОДАРСТВ
НААН ЗА ПРОГРАМОЮ 6591080 У 2017 Р.**

Показники	Од. виміру	Виконання за звітний період		
		Заг. фонд	Спец. фонд	Разом
1	2	3	4	5
Кількість підприємств, які визначені виконавцями програми селекції сільськогосподарських культур у первинному рослинництві	од.	5		5
Площа посіву для виробництва оригінального насіння	га	619		619
Часткова компенсація вартості робіт у первинному насінництві на придбання насіння розсадників розмноження	тис.грн.	128,2		128,2
Часткова компенсація вартості виконання робіт у первинному насінництві на придбання мінеральних добрив	тис.грн.	567		567
Часткова компенсація вартості виконання робіт у первинному насінництві на придбання засобів захисту рослин	тис.грн.	211,6		211,6
Часткова компенсація вартості виконання робіт у первинному насінництві на придбання пально-мастильних матеріалів	тис.грн.	425		425
Часткова компенсація вартості виконання робіт у первинному насінництві на придбання запасних частин до сільськогосподарської техніки	тис.грн.	195,6		195,6
Обсяг придбання насіння розсадників розмноження для виробництва оригінального насіння	тонн	7		7
Обсяг придбання мінеральних добрив	тонн	104		104
Обсяг придбання засобів захисту рослин	кг	1088,5		1088,5
Обсяг придбання паливно-мастильних матеріалів	тонн	42,8		42,8
Придбання запасних частин до селекційної сільськогосподарської техніки	шт.	163		163
Обсяг виробленого оригінального насіння зернових та зернобобових культур	тонн	2220		2220
Сума часткової компенсації витрат на виробництво 1 тони оригінального насіння	грн.	688,1		
Підвищення рівня якості насіння та садивного матеріалу у порівнянні з попереднім роком	%	5		

Джерело: За даними [3].

Згідно наведених даних спостерігаємо, що фінансування у обсязі 1528,3 тис. грн. у межах плану і здійснювалось лише з загального фонду. При цьому, фінансувалось 5 таких господарств, площа посіву у яких – 619 га. За структурою держпідтримки по статтях виробництва, частковій компенсації підлягали вартість насіння, мінеральних добрив, виконаних робіт, придбання пально-мастильних матеріалів та запасних частин. У результаті було придбано 7 т насіння, 104 т міндобрив, 1088 кг засобів захисту рослин, 43 т пальних матеріалів, 163 шт. запчастин тощо. У результаті діяльності науково-дослідних господарств первинного рослинництва вдалося досягти підвищення якості насіння та садового матеріалу, у порівнянні з попереднім роком, на 5%. Як бачимо, і обсяги і напрями фінансування досить мало масштабні і не забезпечують повноти проведення інноваційних досліджень.

Тому закономірно, що розв'язання проблеми фінансування інноваційної діяльності наукових установ на прикладі рослинницьких підрозділів має здійснюватися на більш організованій основі, з визначенням кількарічної стратегії та стимулювання зі сторони держави залучення до цих процесів приватного капіталу.

Література

1. *Кирьян М В., Радченко О. Д., Кирьян С. М.* Учет бюджетного финансирования полевых опытных станций в Украине. // Известия Национальной Академии наук Республики Казахстан. Серия аграрных наук, 2017. – Вып. 3, № 39. - С.14-25.
2. Науково-консультаційна діяльність у системі НААН, як складова інноваційно-інвестиційного розвитку АПК. / С. А. Володін, І. М. Криворучко // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Сер. : Економіка, аграрний менеджмент, бізнес. - 2013. - Вип. 181(3). - С. 36-40.
3. Використання коштів державного бюджету НААН. Звіт за 2017 рік. Електронний ресурс. URL: http://naas.gov.ua/content/publiczna-informaciya/Vikoristannya_koshtiv_derj_budjetu/ (дата звернення: 18.03.2018).

УДК 339.138

Світлана Клименко

*к. е. н., доцент кафедри економіки підприємств,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима
Гетьмана», kneusvetlana@ukr.net*

Богдана Москаленко

*студентка 5 курсу факультету економіки та управління
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима
Гетьмана», danaserg@ukr.net*

ІНТЕНСИФІКАЦІЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

ИНТЕНСИФИКАЦИЯ ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УСЛОВИЯХ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ ИНТЕЛЕКТУАЛЬНОЙ

INTENSIFICATION OF INNOVATIVE ENTREPRENEURSHIP IN THE CONTEXT OF INTELLECTUAL PROPERTY COMMERCIALIZATION

Анотація. В роботі досліджено вплив комерціалізації інтелектуальної власності на якісний розвиток інноваційного підприємництва та виявлено причинно-наслідковий зв'язок між інвестиціями у науку і розробки та економічним ростом.

Аннотация. В работе исследовано влияние коммерциализации интеллектуальной собственности на качественное развитие инновационного предпринимательства и выявлена причинно-следственная связь между инвестициями в науку и разработки та экономическим ростом.

Abstract. The article describes the features of intellectual property in the sphere of innovations in modern conditions. Particular attention is given to approaches to commercialization and adequate protection for the competitiveness of enterprises.

Інновації є ключовим чинником економічного зростання та розвитку в середньостроковій та довгостроковій перспективі за рахунок впровадження на ринок нових продуктів, послуг та виробничих процесів, а також створення на цій основі нових прибуткових підприємств та високооплачуваних робочих місць. Важливу роль у цьому процесі має відіграти збалансована, доступна та надійна система прав інтелектуальної власності (ПІВ), що є певним захисним бар'єром для інноваційного високо ризикованого підприємництва від потенційних імітаторів.

Мета дослідження полягає у виявленні усіх граней симбіозу явищ інноваційних процесів та комерціалізації інтелектуальної власності (ІВ).

Аналіз рівня розвитку галузей в Україні свідчить про те, що сьогодні значна кількість підприємств на грані банкрутства, насамперед це стосується підприємств наукоємних галузей. Але навіть вони, залишившись практично без допомоги з боку держави, здатні пропонувати світовому ринку високоякісну та високотехнологічну продукцію, аналогів якої немає у світі. Накопичення такого потенціалу сприятиме збільшенню вартості компаній, підвищенню ефективності їх господарської діяльності та успішній реалізації бізнес проєктів.

Інтелектуальна власність є ключовим питанням у справі зростання, розвитку та конкурентоспроможності підприємств. Якісний розвиток знань – це ключовий чинник економічного процвітання в XXI столітті. Поточна революція в інформаційно-комунікаційних технологіях різко знизила витрати на створення, обробку та передачу знань як на національному, так і на світовому просторі. Темп інновацій значно прискорився. Ці події сприяли тіснішій міжнародній економічній інтеграції, а це продукує проблеми, пов'язані з управлінням, захистом та забезпеченням ПІВ через кордони.

Відповідно до вище сказаного, постає велике питання належного захисту інтелектуальної власності, які є необхідними для цільового витрачання коштів на правову охорону та підвищення конкурентоспроможності. Закордонний досвід показує, що правова охорона об'єктів права ІВ має значний вплив на прибутковість підприємств.

У зв'язку з представленими тенденціями, відбуваються процеси комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності – це взаємовигідні комерційні дії, від якого правовласники отримують прибутки від продажу інноваційного продукту чи перетворення результатів інтелектуальної праці у ринковий товар [2, с.2]. Саме в такий спосіб найкраще захистити ПІВ.

ПІВ можна визначити в економічному плані як права на використання та продаж (або інше розпорядження) творами розуму: винаходи, літературні та художні твори та символи, імена, зображення та конструкції, що використовуються у торгівлі [4, с.21].

Для фірм, що володіють ними, вони становлять частину нематеріальних активів (на відміну від матеріальних активів, таких як машини або будівлі), разом із доброю волею клієнта, специфічними для фірми навичками їхньої робочої сили, знаннями, що входять в організацію, або хорошим керівництвом практики.

З точки зору економіки інтелектуальна система прав є політичним інструментом для приведення приватної прибутковості до інноваційної діяльності з її соціальною віддачою, тобто її вигодою для суспільства, а отже, для створення соціально оптимальних стимулів для інноваційної діяльності приватного сектора. Для того, щоб генерувати інновації, приносити нові, покращені продукти чи послуги на ринок, або запроваджувати нові та вдосконалені виробничі процеси, підприємствам необхідно вкладати інвестиції в дослідження, розробки та у власний капітал. Ці інвестиції часто є високо ризиковими, дорогими та потребують багато часу (на термін до десятиліття або більше у випадку фармацевтичних препаратів).

Так, наприклад, фармацевтичні компанії досліджують сотні молекулярних груп для виробництва одного товарного препарату. Точно так само менш ніж 2% фільмів припадає на 80% повернень касових агенцій. Внаслідок високо ризикового характеру інноваційного процесу венчурні капіталісти заробляють позитивну віддачу менш ніж на 20% своїх інвестицій, і до 90% новостворених фірм зазнають невдачі протягом короткого періоду часу [1].

В умовах інтенсивної глобалізації, країни з перехідною економікою зіштовхуються з додатковими проблемами для інтеграції в глобальні виробничі мережі, щоб знайти свою власну нішу у глобальних ланцюжках вартості. Для того, щоб такі країни були успішними, вони повинні

приділяти першочергову увагу розвитку власних інноваційних можливостей, а також їх здатності поглинати та адаптувати технологічні новинки з-за кордону та рухати цілісність у часі.

В Україні права на результати інтелектуальної діяльності лише зараз починають розглядати як основу для успішного розвитку бізнесу та класифікувати не лише як предмет бухгалтерського обліку, а й як інтелектуальний капітал компаній.

На жаль, за часи незалежності накопичений роками інтелектуальний капітал України був майже втрачений – в результаті жалюгідного відношення до «розумів» країни та безсердечному розоренні власності наукових інститутів. Проте реалізація інноваційних проектів із наявними інтелектуальними можливостями, як механізм стимулювання розвитку інтелектуальної власності, наукомістких галузей знань, та, відповідно, підтримка цих процесів законодавством, гарантувало б Україні економічне піднесення, стабільність та світове визнання.

Як ми вже зрозуміли, інноваційні проекти прямо пов'язані з ІВ, оскільки в їх основі закладені новітні розробки, технічні рішення, наукові винаходи. Тож, давайте розглянемо, які відносини виникають у ході реалізації інноваційного проекту:

а) відносини щодо створення об'єкта інтелектуальної власності, який становить основу інновації;

б) відносини щодо доведення об'єкта інтелектуальної власності до прикладного стану для використання як інновації (стану інноваційного продукту);

в) відносини щодо реалізації (впровадження) інновацій у виробничій сфері (виготовлення інноваційної продукції) [3].

Результатами інтелектуальної діяльності в проекті можуть бути, наприклад, структурні схеми, принципи управління, корпоративні стратегії, системи мотивації, організаційні заходи, системи звітності структури документів, внутрішньо фірмові стандарти, системи якості тощо. Все це та багато іншого є результатами інтелектуальної діяльності людей, які приймають участь у проекті, або іншими словами, – це продукти інтелектуальної діяльності в проекті.

Враховуючи, що інновація унікальна, а тому індивідуальна, форми її комерціалізації можуть бути доволі різноманітні. З позицій інноватора їх можна звести до двох типів, які передбачають:

1. Передачу прав на користування інтелектуальною власністю на основі певних договірних відносин (ліцензійних і безліцензійних).

2. Організацію виробництва продукції та / або надання послуг, у тому числі з утворенням нової юридичної особи або без неї [5, с. 9].

Природно, можливі найрізноманітніші поєднання. Але в загальному вигляді продається тільки інтелектуальний продукт, що згодом потребує матеріалізації, або ж інновація, вже реалізована в якомусь продукті (товарі, послугі).

Таким чином, достатнє фінансування та стимулювання розвитку інноваційної діяльності, метою якої є використання та комерціалізація результатів наукових досліджень, розробок та замовлення випуску на ринок нових конкурентоздатних товарів і послуг, дозволить трансформувати економіку країни в економіку знань, підвищити інвестиційну привабливість вітчизняних підприємств та підняти їх на конкурентоздатний рівень на світовій арені.

Література

1. Intellectual property commercialization policy options and practical instruments [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unece.org/fileadmin/DAM/ceci/publications/ip.pdf>

2. *Вербовська Л.С.* Комерціалізація об'єктів права інтелектуальної власності як стратегічна складова розвитку підприємства / Л.С. Вербовська // Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу. 2016. – С. 6.

3. Інтелектуальна власність. // Базилевич В., Ільїн В. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://pidruchniki.com/12560607/ekonomika/intelektualna_vlasnist_rinkoviy_ekonomitsi

4. *Жаров В.О.* Інтелектуальна власність в Україні: правові аспекти набуття, здійснення та захисту прав / В.О. Жаров. – К.: Видавничий Дім «Ін Юре», 2015. – 188 с.

5. *Уманців Г. В.* Тенденції комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності в Україні / Г. В. Уманців // Економіка. Управління. Інновації. – 2016. - № 3 (18). – С. 15.

**НОВІТНІ БОРГОВІ ФІНАНСОВІ ІНСТРУМЕНТИ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ
МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ У КРАЇНАХ ЄВРОПИ**

**НОВЕЙШИЕ ДОЛГОВЫЕ ФИНАНСОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ДЛЯ
ПРЕДПРИЯТИЙ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В СТРАНАХ ЕВРОПЫ**

**NEW BUSINESS FINANCIAL INSTRUMENTS FOR SMALL AND MEDIUM
BUSINESS ENTERPRISES IN EU-COUNTRIES**

Анотація. Охарактеризовано основні характеристики інструментів боргового ринку, які набули популярності протягом останніх років у Європі. Наведено переваги та недоліки боргових фінансових інструментів.

Аннотация. Охарактеризованы основные характеристики инструментов долгового рынка, приобрели популярность в последние годы в Европе. Приведены преимущества и недостатки долговых финансовых инструментов.

Abstract. The main characteristics of debt market instruments, which have gained popularity in recent years in Europe, have been characterized. The advantages and disadvantages of debt financial instruments are presented.

Останнім часом з'явилися нові інструменти боргового ринку, які збільшать фінансові потоки підприємств малого та середнього бізнесу (далі МСБ), що дозволить цим фірмам отримати доступ до більш гнучких та в деяких випадках дешевших фінансових альтернатив банківським кредитам, на які компанії в цьому сегменті ринку продовжують й далі покладатися.

Альтернативні інструменти фінансування та канали допоможуть малим та середнім підприємствам фінансувати нові витрати або рефінансувати наявні борги в умовах, коли європейські банки продовжують зазвичай збільшують розмір премії за дрібними кредитами. Тим не менше, банківське кредитування залишається ключовим для підприємств МСБ і, ймовірно, залишиться таким у найближчому майбутньому. Загальний обсяг заборгованості, який спрямовується через ці нові механізми, при цьому зростає, залишається незначним.

У новому звіті: «МСБ та "Mid-caps" - Європа: нові механізми боргового ринку» представлено дослідження останніх тенденцій у сфері фінансування підприємств МСБ та компаній середньої капіталізації.

За останні п'ять років відкриті альтернативні канали фінансування малих та середніх підприємств, а база емітентів стала диверсифікованою. Нові варіанти фінансування варіюються від ринку облігацій малого і середнього бізнесу та фондів приватних боргових компаній, до кредитування рівноправного бізнесу (P2B).

Незважаючи на те, що традиційні боргові ринки стали відкритими для компаній з середньою капіталізацією, які характеризуються більш ризикованими кредитними профілями, ці джерела фінансування залишаються все ще недоступними для більшості малих та середніх підприємств у зв'язку з структурними проблемами. Значне зниження доходності збільшило апетит до більш ризикованих, високодохідних облігацій, а це значить, що ринки облігацій повинні залишатись пристосованими для нефінансових корпорацій за умов подальшої дезінтермедіації банків.

Проблеми з фінансуванням потреб менших підприємств МСБ та підприємств з середньою капіталізацією залишаються проблемами, оскільки мінімальні розміри доходності облігацій, які очікують більшість інвесторів, зазвичай є занадто високими для більшості підприємств МСБ. Крім того, вартість випуску оптових боргових цінних паперів може бути перешкодою для

невеликих компаній, тоді як вимоги щодо державної звітності також можуть бути жорсткими. Для багатьох підприємств МСБ емісія облігацій може становити майже весь їх борг, що збільшує ризик рефінансування.

Полісі-мейкери продовжують підтримувати появу альтернативних варіантів залучення коштів, що призводить до створення різних форм фінансування, кожна з яких підходить для компаній різних розмірів.

Ринки облігацій для підприємств МСБ розвивалися по всій Європі. Наприклад, Німеччина з 2009 року має активний ринок МСБ, а нещодавно створений італійський ринок МСБ, широко відомий як "ринок міні-облігацій", швидко зростає. Ці ринки мають високий потенціал для подальшого зростання, оскільки загальний обсяг емісії залишається низьким, з 8,1 млрд. Євро та 6,2 млрд. Євро на обсяги випущених МСП, відповідно, у Німеччині та Італії. Варто зазначити, що ринок Німеччини, так і ринок Італії МСБ продовжують орієнтуватися на більші підприємства МСБ та підприємства з середньою капіталізацією.

Тим часом, у Великобританії та Франції часткове розміщення боргу процвітає. Фонди приватного боргу (P2B), що зосереджують свою увагу на підприємствах МСБ, зацікавили інституційних інвесторів, які прагнуть отримати більш високі доходи. Ці позики надають позичальникам на більш гнучких умовах, ніж банки. Наразі нараховується понад 170 приватних фондів державних запозичень, частка яких повністю або частково спрямовується в Європу на етапі капіталовкладення, та спрямована на загальний капітал понад 110 мільярдів євро. Велика Британія залишається найбільшим ринком приватних боргових фондів з 45% транзакцій, дещо меншим є цей ринок у Франції (23%) та Німеччині (13%).

Полісі мейкери також сприяли використанню платформ P2B, використовуючи такі заходи, як нові правила щодо "фінансування участі" у Франції та розширення фонду грошових переказів на інноваційні підприємства МСБ в Італії. У Великій Британії ринок P2B є найбільшим, сукупний обсяг кредитування якого становить 3,15 млрд. фунтів стерлінгів до станом на кінець II-го кварталу 2015 року, і він переважно й фінансує підприємства МСБ.

Література

1. Звіт компанії Moody's . SMEs and Mid-caps -- Europe: New Debt Market Mechanisms Offer Alternative Sources of Funding [Електронне джерело] – Режим доступу: https://www.moodys.com/viewresearchdoc.aspx?docid=PBC_1008766.

УДК 334.012.61

Інна Рєпіна

д.е.н., професор

ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,

rephousenew@gmail.com

Ірина Пастарнак

студентка

ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,

pastaarnak@gmail.com

МАЛИЙ БІЗНЕС ЯК ВАЖЛИВЕ ДЖЕРЕЛО ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ В УКРАЇНІ

МАЛЫЙ БИЗНЕС КАК ВАЖНЫЙ ИСТОЧНИК ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИЙ В УКРАИНЕ

SMALL BUSINESS AS AN IMPORTANT SOURCE OF INNOVATION IN UKRAINE

Анотація. У роботі розглянуто питання розвитку малого бізнесу вітчизняного ринку. Особлива увага приділена визначенню місця даного підприємництва в структурі українського бізнесу. Метою роботи є обґрунтування малого бізнесу як важливого джерела впровадження

інновацій в Україні. Визначено значення малого бізнесу для розвитку економіки, розкрито напрями та проблеми суб'єктів малого підприємництва.

Анотація. В роботі рассмотрені питання розвитку малого бізнесу отечественного рынка. Особое внимание уделено определению места данного предпринимательства в структуре украинского бизнеса. Целью работы является обоснование малого бизнеса как важного источника внедрения инноваций в Украине. Определено значение малого бизнеса для развития экономики, раскрыты направления и проблемы субъектов малого предпринимательства.

Abstract. In the article the questions of development of small business in the domestic market. Particular attention is paid to defining the place of this enterprise in the structure of Ukrainian business. The aim of this work is justification of small business as an important source of innovation in Ukraine. Identified the importance of small business for economic development, revealed the problems of small businesses.

Малий бізнес як невід'ємний елемент ринкової економіки робить значні вкладення в розвиток підприємництва та збільшення обсягів виробництва, сприяє раціональному використанню ресурсів, створює умови сприятливого середовища для розвитку здорової конкуренції та усунення монополізму, забезпечує стимули до інноваційних процесів та високоєфективної праці. Саме тому становлення і розвиток малого підприємництва в Україні є важливим напрямом розвитку, як методу вирішення проблем, як соціальних, так і економічних, надання додаткових робочих місць для населення, переорієнтації кредитної і податкової політики для стимулювання виробництва, переходу до інноваційного типу економічного розвитку. [2]

Мале підприємництво – це органічний та провідний елемент ринку, воно є одним з найважливіших діючих чинників економічного розвитку суспільства, що спирається на ринкові методи господарювання. Малий бізнес і ринкова економіка виступають взаємозалежними та взаємодоповнюючими чинниками. Так як, з одного боку, ефективність і динаміка розвитку ринкової економіки певним чином залежить від успішного функціонування малого бізнесу, з іншого – справжній ринковий механізм господарювання сприяє формуванню підприємницької активності. [4]

Саме малий бізнес є провідником ефективних інновацій у масове виробництво. За рахунок невеликого парку устаткування і немасового випуску продукції, підприємства сфери малого бізнесу витрачають не настільки значний обсяг фінансових коштів і часу на зміну технологічного процесу, ніж великі, тим самим виявляються найбільш ефективні інновації. У разі негативного результату, втрати підприємства сфери малого бізнесу не будуть настільки великі, як у великих і найбільших підприємствах. [5]

Зарубіжні науковці за результатами опитувань підприємців в Україні, стверджують, що більшість малих підприємств є рутинними, оскільки зайняті в традиційних секторах економіки, власники цих підприємств не орієнтовані на активне використання інновацій та впровадження новітніх. Саме через це важливо розуміти, що інноваційна діяльність – це дуже широке поняття, яке включає вдосконалення технологій, але, окрім цього, покращення методів і способів роботи. [3] Інноваційна діяльність – це та підприємницька діяльність, яка зорієнтована на забезпечення підприємства розробками, науковими дослідженнями, науково-технічними ідеями, винаходами, що є придатними до практичного застосування, і як результат допомагають вдосконалювати продукцію або створювати новий вид, що буде конкурентоспроможним на ринку.

Проблема залучення малого бізнесу до інноваційної діяльності в Україні залишається актуальною. Низька інноваційна активність малих підприємств на вітчизняному ринку підтверджена висновками офіційного міжнародного обстеження CIS 6 (Комітет інноваційного нагляду в рамках ЄС). Серед ключових проблем, що стримують інноваційну активність малого бізнесу, виділяють проблеми розвитку інноваційної інфраструктури, що має надавати посередницькі, інформаційні, юридичні, експертні, фінансово-кредитні та інші послуги, зокрема, діяльності бізнес-інкубаторів. [1] Бізнес-інкубатор – це організація, що надає допомогу в розвитку інноваційної діяльності підприємств на всіх стадіях життєвого циклу: від розробки ідеї до її комерціалізації.

Отже, малий бізнес є легким та ефективним джерелом впровадження інновації, тому що: по-перше, не потребує значних капітальних вкладень за рахунок невеликого обсягу виробництва; по-друге, має невеликі ризики і незначні витрати в разі закриття проекту; по-третє, сприяє диверсифікації виробництва; по-четверте, передбачає значну державну підтримку в разі

довгострокового існування. Проте за рахунок багатьох проблем таких, як низький рівень технічної озброєності, низький управлінський рівень, відсутність знань, недостатня інфраструктура підтримки, відсутність практичної підтримки фінансово-кредитної системи і т. п., малий бізнес розвинений недостатньо.

Література

1. *Бойчук Р. М.* Формування інфраструктури інноваційного забезпечення розвитку малого бізнесу / Р. М. Бойчук, Б. В. Гречаник // зб. наук. праць. – 2012.
2. *Винниченко В. В.* Визначення суб'єктів малого і середнього підприємництва за законодавством України / В. В. Винниченко, В. М. Завгородня // зб. наук. праць. – 2012.
3. *Грига В. Ю.* Результативність інноваційної діяльності малих підприємств при взаємодії з великим бізнесом / В. Ю. Грига, С. В. Богдан, Н. Б. Ісакова // зб. наук. праць: Економіка і прогнозування. – 2014. – С. 94-104. – № 2.
4. *Єпіфанова І. М.* Основні аспекти розвитку малого бізнесу в Україні / І. М. Єпіфанова, О. А. Маковецька // зб. наук. праці: Економіка. – 2009. – № 1(31).
5. *Марченко О. І.* Розвиток малого бізнесу: вітчизняний і зарубіжний досвід / О. І. Марченко, Р. В. Моткалюк // зб. наук. праць: Фінансовий простір. – 2015. – С. 190-193. – № 1 (17).

УДК 339.9:621

Марія Теплюк

*к.е.н., асистент кафедри економіки підприємств
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,
maria_6.11@kneu.edu.ua*

Ольга Демченко

*студентка 2-го курсу, «національна економіка»,
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,
olga.demchenko22@gmail.com*

ПЕРЕДУМОВИ ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ

СОВРЕМЕННЫЕ ПРЕДПОСЫЛКИ ФИНАНСИРОВАНИЕ ИННОВАЦИЙ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

MODERN PREREQUISITES FINANCING OF INNOVATIONS OF SMALL AND MEDIUM BUSINESS

Анотація. У статті розглянуто джерела фінансового забезпечення інноваційної діяльності суб'єктів ринкових відносин. Висвітлено участь міжнародних фінансових організацій, що діють в Україні. Розглянуто можливості розширення джерел залучення інвестиційних ресурсів підприємств для активізації їх інноваційної діяльності.

Аннотация. В статье рассмотрены источники финансового обеспечения инновационной деятельности субъектов рыночных отношений. Освещено участие международных финансовых организаций, действующих в Украине. Рассмотрены возможности расширения источников привлечения инвестиционных ресурсов предприятий для активизации их инновационной деятельности.

Annotation. Sources of financial cover funds of innovative activity of subjects of the market relations are considered in article. The international financial institutions, which are operating in Ukraine are described. The possibilities of expansion of sources of attraction of investment resources of the enterprises for activization of their innovative activity are considered.

На сьогоднішній день, під час турбулентних тенденцій розвитку національної економіки, а також за умов кризових явищ, актуалізується проблематика щодо напрямів фінансування інновацій малого та середнього бізнесу. Вирішення даної проблематики дозволить підвищити рівень розвитку економіки загалом, оскільки малий і середній бізнес є драйвером процвітаючої

ринкової економіки. Яскравим прикладом доцільності фінансування малого і середнього бізнесу є США та ЄС.

Дослідженню даного питання присвячено багато наукових праць вітчизняних вчених, таких як: М. Д. Білик, П.Ю.Буряк, О. М. Біломістний, З. С. Варналій, М. І. Крупка, С. К. Реверчук, О.В.Крохмаль, Р. А. Слав'юк та інші. [1-2]

В умовах загострення кризових явищ в економіці країні, фінансово-кредитні установи не можуть фінансувати малий та середній бізнес повною мірою. Саме тому активну роль у кредитуванні відіграють міжнародні фінансові організації, але процес отримання кредиту від відповідних установ є кропітким процесом. Відповідна ситуація пояснюється тим, що сума, яка надається в кредит, є великою та з малими відсотками за користування. Перелік міжнародних фінансових організацій поданий в табл. 1. У свою чергу, держава виконує роль посередника у стосунках між малим/середнім бізнесом і міжнародними суб'єктами ринкових відносин, оскільки консультує та сприяє співробітницю. Для іншого способу фінансування, слід вказати, що саме фізичні особи займають лівову частку в структурі сектора малого бізнесу. Отже для суб'єктів господарювання можна використати мікрофінансування як метод фінансової підтримки. Цікавим є той факт, що організації, що займаються мікрофінансуванням, можуть надавати кредити навіть підприємцям з нульовим стажем.

Оскільки, найбільш зацікавленою у розвитку малого та середнього бізнесу є держава, тому, на нашу думку, повинна активно підтримувати бізнес шляхом надання пільгових кредитів, стимулювання фінансових установ, переорієнтація бюджетних коштів, забезпечення гарантіями, використання іноземної допомоги та розвиток страхового ринку. У країнах ЄС для фінансування бізнесу використовують спеціальні фонди, а саме: соціальний фонд та фонд регіонального розвитку, асоціації малого бізнесу та торговельно-промислові плати. У США використовують фонди та венчурні компанії. У Польщі було створено Польський фонд підтримки та розвитку МСП, Національний фонд кредитних гарантій, Агентство розвитку техніки та технологій. В Угорщині створено такі структури, як Національна Рада розвитку підприємництва, Агентство з розвитку інвестицій та торгівлі, Угорський державний банк розвитку, Державне акціонерне товариство гарантій, Державний фонд підтримки інновацій та науково-дослідницької діяльності.

Щодо України, то в практиці використовують пряме державне фінансування та кредитування, але обсяг фінансування розрізняють залежно від етапу розвитку підприємництва. Разом з тим, є ряд полемічних аспектів, які перешкоджають забезпеченню ефективного фінансування малого та середнього бізнесу, а саме: високий ризик неповернення кредитів підприємцями; «тіньова» діяльність; висока вартість кредитів; жорсткі умови отримання кредитів; малий строк користування кредитами; можливість зростання відсотків за користування кредитом у нестабільних економічних умовах; недостатність стартового капіталу; законодавча неврегульованість на ринку мікрофінансування.

Враховуючі перераховані проблеми, до першочергових завдань відносять, на нашу думку, доцільно віднести:

- регулювання з боку держави, ставок рефінансування та зменшення вартості банківських кредитів із боку НБУ з метою подальшого здешевлення кредитів для малого та середнього бізнесу;
- розвиток лізингу, що дає змогу підприємцям розвиватися та нарощувати свої потужності;
- створення та активізація бізнес-інкубаторів, інвестиційних фондів, інноваційних фондів, бізнес-центрів та технопарків, які будуть підтримувати підприємців та створюватимуть умови для залучення іноземних інвестицій в Україну [4-5].

<u>Міжнародні фінансові організації, які функціонують в Україні</u>
<p>Ukraine Sustainable Energy Finance Program - забезпечення фінансами та підтримка бізнесу, діяльність якого спрямована на енергоефективність.</p> <p>Ukraine Resource Efficiency Program - збільшення кількості інвестицій в бізнес та ресурсозберігаючі технології.</p> <p>IFC Ukraine Residential Energy Efficiency Project - фінансування модернізації житлового сектору за рахунок використання економічних енерготехнологій.</p> <p>Ukraine Agri-Insurance Development Project - підтримка та розвиток страхування агробізнесу.</p> <p>Ukraine Agri-Finance Project - фінансування агробізнесу та підтримку сільськогосподарського виробництва в Україні.</p>
<u>Європейський банк реконструкції та розвитку</u> <u>(European Bank for Reconstruction and Development (EBRD))</u>
<ul style="list-style-type: none"> The Eastern Partnership SME Finance Facility - кредитування малого і середнього бізнесу в умовах фінансової кризи ЄБРР - кредитування бізнесу в Україні незалежно
<u>Німецько-український фонд</u>
<ul style="list-style-type: none"> Програма мікрокредитування - фінансування сфери послуг, торгівлі, агробізнесу, сфера послуг, але за умови, що це мікропідприємства, фізичні особи – підприємці або середній бізнес. Відповідно до програми максимальний розмір кредиту становить € 25 000 (для фізичних осіб – підприємців і мікропідприємств), € 100 000 (для малих підприємств), € 250 000 (для середніх підприємств). Термін кредитування за умовами програми становить: - 3 роки для фінансування оборотного капіталу; - 5 років (для фінансування інвестицій в основні засоби). <p>Програма рефінансування агросектору - фінансування виробництва, агробізнесу, торгівлі та сфери послуг. Основною умовою участі в програмі підприємців є те, що кредитування поширене на малий та середній бізнес у місцевості, де чисельність населення не перевищує 100 тис. Відповідно до програми, максимальний розмір кредиту становить € 250 000. Термін кредитування за умовами програми становить 3 роки (для фінансування оборотного</p>
<u>Державний банк розвитку (KfW)</u>
European Fund for Southeast Europe

Рис.1. Міжнародні фінансові організації, які функціонують в Україні

Джерело: сформовано авторами [3-4]

Отже, виходячи з проведених досліджень, можна зробити висновок про те, що в сучасних умовах господарювання ключовим джерелом фінансування інноваційної діяльності вітчизняних підприємств виступають переважно власні фінансові джерела. Тому, безперечно актуальним на сьогодні залишаються питання щодо збільшення державної участі у фінансуванні інноваційної діяльності підприємств України. Для стимулювання відповідного вектору, потрібен комплексний механізм стимулювання всього інноваційного процесу – від фундаментальних досліджень до впровадження розробок.

Література

1. *Ганушак Л. М.* Оцінка інноваційного потенціалу та ефективність його реалізації на підприємствах // Сучасні проблеми розвитку національної економіки і шляхи їх розв'язання : кол. монографія / За наук. ред. д. е. н., проф. М. М. Єрмошенка. – К. : Національна академія управління, 2008. – С. 162 – 165.

2. Закон України «Про Національну програму сприяння розвитку малого підприємництва в Україні» зі змінами і доповненнями, внесеними Законом України від 1 липня 2010 року № 2388-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2157-14>

3. *Воронич К.М.* Міжнародний досвід організації малого бізнесу та можливість його впровадження в Україні// Науковий вісник НЛТУ України. — 2011. — № 21.10 — С.184-189.

4. Кіщак В. В., Кіщак І. Т. Розвиток малого та середнього підприємництва: досвід Польщі, Угорщини, Чехії // Бізнес-навігатор. — 2010. — №1. — С.3-10.

5. Кравченко О.А., Португальська Р.А. Формування основних пріоритетів державної підтримки малого бізнесу в Україні // Праці Одеського політехнічного університету. — 2014. — Вип. 1 (35). — С. 223-228.

УДК 658.14:336.02

Лідія Шергіна

*к. е. н., доцент кафедри економіки підприємств,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима
Гетьмана», lidiyashergina@ukr.net*

Юлія Бурма

*студентка 3 курсу факультету економіки та управління
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима
Гетьмана», yulia.burma01@gmail.com*

КРАУДФАНДИНГ – ОДИН ІЗ СУЧАСНИХ НАПРЯМКІВ ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ

КРАУДФАНДИНГ – ОДНО ИЗ СОВРЕМЕННЫХ НАПРАВЛЕНИЙ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИННОВАЦИЙ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

CROWD FUNDING IS ONE OF THE MODERN FIELDS OF FINANCING INNOVATIONS OF SMALL AND MIDDLE BUSINESS

Анотація. У роботі досліджено один із основних напрямків фінансування інновацій малого та середнього бізнесу – краудфандинг. Запропоновано основні кроки та платформи для збору коштів задля реалізації проектів.

Аннотация. В работе исследовано одно из основных направлений финансирования инноваций малого и среднего бизнеса - краудфандинг. Предложены основные шаги и платформы для сбора средств для реализации проектов.

Abstract. The paper identified one of the main directions of financing of innovations of small and medium business - crowdfunding. The main steps and platforms for raising funds for project implementation are proposed.

XXI століття – ера технологій та інноваційного розвитку бізнесу. Практика більшості успішних країн з розвинутою ринковою економікою, таких як Німеччина, Японія, Сінгапур, США та інші, свідчить про те, що інноваційний малий та середній бізнес є однією із умов ефективного функціонування національної економіки та виведення її на новий щабель розвитку. За статистичними даними, у країнах ЄС кількість спеціалістів, які задіяні у сфері малого підприємництва, перевищує половину осіб працездатного віку. Що стосується країн, які відносно нещодавно вступили до Європейського Союзу (до прикладу, Чехія, Словаччина, Угорщина у 2004 році), то продукція малих підприємств сягає 30-40%.

Тому інноваційне підприємництво – перспективна сфера, яка потребує залучення достатньої кількості фінансових ресурсів для реалізації всіх проектів та ідей. Часто малі та середні підприємства не мають достатньої кількості власного капіталу для фінансування інновацій, тому актуальним є пошук підприємствами нових джерел і форм фінансування, які мають на меті забезпечити баланс між інноваційними витратами та фінансовими можливостями. Зазвичай, саме від того, чи здатен інноватор знайти достатньо коштів для реалізації ідеї, і залежить чи буде успішним його проект. Питанням розвитку інноваційного підприємництва та пошуком джерел фінансування запровадження ідей займалися такі вітчизняні та іноземні вчені, як Г. Л. Піратовський, І.С. Кузнецова, О.Ф. Морозов, І.О. Галиця, Дж. Лернер, П. Беллефламе, Б. Хелен, К. Міллер, А. Швієнбахер і Б. Ларралде та інші.

Так, аналізуючи праці вчених, можна виділити краудфандинг як сучасний напрямок залучення фінансових ресурсів для реалізації інноваційних проектів. Краудфандингом називають

об'єднання зусиль людей, які спрямовують свої кошти для підтримки та реалізації проектів перспективних інноваторів. За допомогою краудфандингових платформ зазвичай фінансують різноманітні соціальні проекти, спрямовують фінанси на благодійні цілі, а також допомагають різноманітним політичним кампаніям, підтримують стартапи та збирають кошти для впровадження новітнього програмного забезпечення на підприємствах. [1, с. 22]. На думку А. Швієнбахер і Б. Ларралде, краудфандинг це «відкритий конкурс, переважно через Інтернет, для збору фінансових ресурсів або у вигляді дарування, або в обмін на основі різних форм винагороди та / або підтримки правом голосу ініціатив, спрямованих на досягнення конкретних цілей» [2]. Незважаючи на велику кількість різноманітних думок з приводу визначення краудфандингу, то навіть у широкому розумінні залишаються поза увагою такі приклади краудфандингу, як реєр-to-реєр кредитування [3], фандрайзинг збору коштів фанатами музичних гуртів [4] та ін.

Розрізняють різні види краудфандингу. Зокрема, розглядаючи дане поняття із позиції того, з якою метою реалізовується проект, то можна виділити наступні його види: бізнес-проект, креативний, політичний, соціальний. Інвестор, віддаючи свої кошти на реалізацію проекту, також переслідує певні цілі. Тому, залежно від мети для інвестора, розрізняють: пожертвування, не фінансову винагороду, фінансову винагороду, повернення боргу. За умови пожертвування коштів, інвестор розуміє те, що він не отримає ніякої винагороди. Найчастіше, такі проекти носять соціальний характер, а платформами для збору коштів є такі, як: betterplace.org (Німеччина) і respekt.net (Австрія), globalgivin.org (США) . Не фінансову винагороду у вигляді автографів, дисків музичних груп тощо, інвестори отримують тоді, коли вкладають свої кошти у проекти за допомогою платформи [Kickstarter](http://kickstarter.com). Станом на 17.03.2018 року, завдяки даній платформі було успішно профінансовано 140 653 проекти, а загальна сума зібраних коштів сягає позначки 3 565 428 171 USD. Також однією із форм краудфандингу є народне кредитування. Воно передбачає безпосереднє спілкування інноватора із кредитором, а платформи для збору коштів є гарантом повернення боргу, а також стимулюють кредитора надати кредит на більш вигідних умовах для позичальника. Прикладами є [Lending Club](http://lendingclub.com) (США), [Zopa](http://zopa.com) (Велика Британія), [Smava](http://smava.com) (Німеччина), [Babyloan](http://babyloan.com) (Франція). В Україні найпопулярнішими є такі краудфандингові платформи як на [Starte](http://starte.com), biggggidea.com.

Для того, аби проект мав більше шансів отримати фінансування, потрібно дотримуватись певних кроків: 1) підготувати план реалізації проекту та обрати чіткі часові межі для збору коштів; на сайті краудфандингової платформи викласти відео, у якому розповідається про авторів ідеї та сам проект; 2) поширювати ідею у соцмережах, публічних заходах для ознайомлення більшої кількості потенційних інвесторів; 3) назбиривши потрібну суму, укласти договір із власником платформи і отримати власний фінансовий гранд, який зобов'язуєтесь витратити на реалізацію проекту; у разі, якщо достатня сума не зібрана, вкладені кошти повертаються інвесторам, а проект вилучається із запропонованих на сайті.

Тому, краудфандинг – це сучасний напрямок фінансування інновацій малого та середнього бізнесу, який є доволі зручним для тих інноваторів, які планують реалізувати свої ідеї, але не мають для цього достатньої суми коштів. Зокрема, інвестори можуть знайти перспективних талановитих людей, а інноватори – втілити у життя інноваційні проекти.

Література

1. Рибицький В. Б. Аналіз та прогноз інноваційно-інвестиційної діяльності / В. Б. Рибицький, В. В. Саботюк // Інвестиції та інноваційний розвиток. — 2009. — № 1. — С. 19–28
2. Schwiembacher A. Crowdfunding of small entrepreneurial ventures / A. Schwiembacher, B. Larralde // SSRN Electronic Journal. — 2010. — Режим доступу: http://papers.ssrn.com/sol3/Delivery.cfm/SSRN_ID1699183_code301672.pdf
3. Lin M. Home Bias in Online Investments: An Empirical Study of an Online Crowd Funding Market [Електронний ресурс] / M. Lin, S. Viswanathan. — 2013. — Режим доступу: Retrieved from http://papers.ssrn.com/sol3/Delivery.cfm/SSRN_ID2386455_code703780.pdf
4. Burkett E. Crowdfunding exemption? Online investment crowdfunding and US securities regulation / E. Burkett // Transactions: Tennessee Journal of Business Law. — 2011. — № 13. — P. 63-106

Секція № 5
Оцінювання економічної, соціальної та екологічної
результативності інноваційного підприємництва

УДК 338:631.95:633.1

Ганна Єкель
к.е.н., завідувач сектору економіки,
ННЦ «Інститут землеробства НААН»,
ekelannak@gmail.com

ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ВИРОБНИЧИХ РЕСУРСІВ
В ОРГАНІЧНИХ ТЕХНОЛОГІЯХ ВИРОЩУВАННЯ ЗЕРНОВИХ КУЛЬТУР

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ
РЕСУРСОВ В ОРГАНИЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЯХ ВЫРАЩИВАНИЯ ЗЕРНОВЫХ
КУЛЬТУР

EVALUATION OF THE EFFICIENCY OF USE OF MANUFACTURING RESOURCES
IN ORGANIC TECHNOLOGIES OF GROWING GRAIN CULTURES

Анотація. У роботі представлено дослідження науковців ННЦ «Інститут землеробства НААН», а саме на основі розрахованих технологічних карт визначено нормативи витрат на вирощування зернових та олійних культур за органічних технологій. Авторами узагальнено методичні принципи по формуванню економічного механізму управління змінними витратами за різних систем захисту та стимуляторів росту рослин в органічних технологіях вирощування зернових та олійних культур, які ведуть до зниження витрат на внесення засобів захисту рослин і забезпечення зменшення рівня хімічного навантаження на ґрунт.

Аннотация. В работе представлены исследования ученых ННЦ «Институт земледелия НААН», а именно на основе рассчитанных технологических карт были определены нормативы затрат на выращивание зерновых и масличных культур в органических технологиях. Авторами обобщены методические принципы по формированию экономического механизма управления переменными затратами различных систем защиты и стимуляторов роста растений в органических технологиях выращивания зерновых и масличных культур, ведущих к снижению затрат на внесение средств защиты растений и обеспечения снижения уровня химической нагрузки на почву.

Annotation. The paper presents the research of the scientists of the NSC "Institute of Agriculture of the NAAS", namely, on the basis of the calculated technological maps, the norms of the costs of cultivating grain and oilseeds for organic technologies are determined. The authors generalize the methodical principles for the formation of an economic mechanism for managing variable costs for different protection systems and plant growth stimulators in organic technologies for growing cereals and oilseeds, which leads to lower costs for introducing plant protection products and to reduce the level of chemical loading on the soil.

Інноваційне підприємництво нині стає невід'ємною складовою ринкової економіки. В основі його організації лежать процеси інтеграції та диверсифікації. Проведені дослідження показали, що в сільському господарстві воно може бути представлене через виробництво органічної та екологічнобезпечної продукції.

За собівартістю органічні технології суттєво не відрізняються від ресурсозберігаючих варіантів технологій індустріального типу. Зменшення виробничих витрат в результаті виключення з технологічного циклу хімічно синтезованих мінеральних добрив і засобів захисту рослин компенсується збільшенням витрат ресурсів на органічне удобрення культур, біологічний та агротехнічний захист рослин, а також механічну боротьбу з бур'янами.

Слід зазначити, що біологічний метод захисту рослин ефективний лише за постійного поповнення агроценозів біологічними агентами.

В ННЦ «Інститут землеробства НААН» здійснювався розрахунок нормативів витрат виробничих ресурсів в органічних технологіях вирощування зернових культур, які за

раціонального використання, забезпечують достатньо високий рівень економічної ефективності виробництва. Досліджувалась ресурсоемність різних технологій виробництва органічного зерна пшениці озимої і ярої, жита озимого, ячменю ярого, кукурудзи, сої та соняшника та інших культур.

Проведені нами дослідження, показали, що органічні технології вирощування основних зернових і олійних культур, які передбачають використання на добрива підстилкового гною та біомаси сидератів, а також біологічну та агротехнічну систему захисту рослин, забезпечують високу конкурентоспроможність порівняно з відповідними варіантами індустріальних технологій. Застосування органічних технологій з системою удобрення, що обмежується зароблянням у ґрунт біомаси побічної продукції попередника не завжди забезпечує достатній рівень економічної ефективності виробництва, тому їх використання передбачає значні виробничі ризики.

Нормативи виробничих витрат на 1 га посіву, а також частка засобів захисту рослин (ЧЗЗР) в цих витратах, за різних варіантів органічних технологій вирощування зернових та олійних культур, залежно від застосування систем органічного удобрення становлять:

за внесення підстилкового гною та побічної продукції попередника: кукурудза – 13636 грн. У структурі витрат частка засобів захисту рослин становить 3%, а саме 424 грн.

за внесення біомаси останнього укусу багаторічних трав: пшениця озима – 8205 грн, у структурі витрат ЧЗЗР становить 10%, а саме 840 грн; пшениця яра – 9324 грн, ЧЗЗР становить 7%, а саме 673 грн; кукурудза – 9450 грн ЧЗЗРУ становить 4%, а саме 424 грн.

за внесення біомаси поживного сидерату родини капустяних та побічної продукції попередника: пшениця озима 8286 грн, У структурі витрат частка засобів захисту рослин становить 10%, а саме 840 грн; ячмінь озимий – 8780 грн, ЧЗЗР становить 8%, а саме 662 грн; жито озиме – 8771 грн, ЧЗЗР становить 9%, а саме 812 грн; тритикале – 9442 грн, ЧЗЗР становить 9%, а саме 840 грн; пшениця яра – 9068 грн, ЧЗЗР становить 7%, а саме 673 грн; ячмінь ярий – 8736 грн, ЧЗЗРУ становить 8%, а саме 662 грн; кукурудза – 9417 грн, ЧЗЗР становить 5%, а саме 424 грн; горох – 10943 грн, ЧЗЗР становить 8%, а саме 853 грн; овес – 8480 грн, ЧЗЗР становить 8%, а саме 651 грн; соя – 9531 грн, ЧЗЗР становить 5%, а саме 498 грн.

за внесення біомаси побічної продукції та підживлення гуматом калію: пшениця озима 7905 грн, у структурі витрат частка засобів захисту рослин становить 11%, а саме 840 грн; ячмінь озимий – 8124 грн, (ЧЗЗР 662 грн – 8%); жито озиме – 8259 грн, (ЧЗЗР 812 грн – 10%); тритикале – 8581 грн, (ЧЗЗР 840 грн – 10%); пшениця яра – 8409 грн, (ЧЗЗР 673 грн – 8%); ячмінь ярий – 8042 грн, (ЧЗЗР 662 грн – 8%); кукурудза – 13636 грн, (ЧЗЗР 424 грн – 3%); горох – 10170 грн, (ЧЗЗР 853 грн – 8%); овес – 7981 грн, (ЧЗЗР 651 грн – 8%); соя – 8941 грн, (ЧЗЗР 498 грн – 6%) [1, с 45].

Проведені дослідження дали змогу узагальнити методичні принципи формування економічного механізму управління змінними витратами за різних систем захисту та стимуляторів росту рослин в органічних технологіях вирощування зернових та олійних культур, серед яких виділимо наступні:

використання на добриво біомаси останнього укусу багаторічних трав для вирощування пшениці озимої. Вирощування післяживної сидеральної культури на добрива дозволяє підвищити прибуток більше ніж на 1 тис. грн./га або на 12%. Прибуток зростає більше ніж до 15 тис. грн/га, а окупність витрат перевищувала індустріальну технологію на 39%;

застосування на добриво біомаси сидерату при вирощуванні ячменю озимого дозволяє отримати прибуток з 1 га посіву майже 13 тис. грн за рентабельності 130%, що перевищує ресурсоощадливий варіант індустріальної технології на 2020 грн/га, або на 18%. За вказаного рівня реалізаційної ціни вищезазначені органічні варіанти забезпечують достатню конкурентоспроможність виробництва зерна ячменю озимого;

вирощування тритикале озимого за ресурсоощадливим варіантом органічної технології, що передбачає удобрення біомасою сидерату забезпечує досить високий рівень економічної ефективності виробництва. За системи удобрення, що передбачає внесення у ґрунт біомаси сидерату та побічної продукції попередника, рівень режиму живлення дозволяє отримувати не менше 4,5 т/га, що дозволяє отримати 8,4 тис. грн. прибутку на 1 га посіву при рентабельності витрат 77%. За внесення соломи та гумінових препаратів планова урожайність не перевищує 4,0 т/га, що дозволяє отримати прибуток 7,2 тис. грн. на 1 га посіву при рентабельності 73%;

вирощування ярої пшениці за варіантами, що передбачають удобрення культури біомасою останнього укусу багаторічних трав та післяживної сидеральної культури забезпечує збільшення прибутку з 1 га посіву на 3,4 тис. грн та на 1,8 тис. грн. або на 31% та на 17%;

застосування на добриво біомаси сидерату при вирощуванні ячменю ярого, дозволяє отримати з 1 га посіву 13,1 тис. грн прибутку за рентабельності 130%, що перевищує ресурсоощадливий варіант індустріальної технології на 14%;

досягнення високого рівня продуктивності та окупності виробничих витрат в органічних технологіях вирощування кукурудзи забезпечить високий рівень ефективності лише у багатогалузевих підприємствах з розвиненим тваринництвом: за найвищого рівня ресурсоемності органічної технології, якому відповідає система удобрення гноєм, прибуток на 1 га посіву зростає до 21,6 тис. грн. за рентабельності витрат 137%. Це перевищує ефективність виробництва зерна кукурудзи у ресурсозберігаючій інтенсивній технології за показником прибутку з 1 га посіву на 6,7 тис. грн. або майже на 45%;

вирощування органічного гороху потребує збільшення виробничих витрат порівняно з ресурсоощадливою індустріальною технологією на 15-24%. У розрахунку на 1 тону зерна витрати зростають на 24% та на 44%- у варіанті за внесення гумінових препаратів;

вирощування органічного насіння сої навіть за ресурсоощадливих варіантів органічної технології при суттєво вищих її виробничих витратах забезпечує достатньо високий рівень конкурентоздатності виробництва. Так за технологією удобрення лише побічною продукцією та обприскування гуматом калію прибуток складає майже 11 тис. грн./га, а за удобрення культури побічною продукцією попередника і біомасою післяжнивного сидерату майже 14 тис. грн./га, що на 26-61% більше ніж за варіантом індустріальної технології [1, с 70].

Успішний розвиток органічного виробництва, окрім наявного в країні потенціалу, значною мірою визначається формуванням відповідного інституційного середовища функціонування суб'єктів ринку. В умовах поглиблення євроінтеграційних процесів, першочерговими завданнями аграрної політики залишаються удосконалення правових засад регулювання органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції, формування належної системи інспекції та контролю.

Література

1. Розробити методичні принципи формування організаційно-економічного механізму ефективного використання виробничих ресурсів в технологіях вирощування зернових та олійних культур за органічної системи землеробства: Звіт про науково-дослідну роботу за 2017 р. / Під ред. Єскель Г.В. - Київ, ННЦ «Інститут землеробства НААН» 2017.- С. 71.

УДК 658.1

Iuliia Ignatova

Candidate of Economic Sciences,

Associate Professor of the economic-mathematical modeling department,

Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman,

u1@ukr.net

ДЕЯКІ МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ МАЛИХ ІННОВАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ

НЕКОТОРЫЕ МЕТОДЫ ОЦЕНИВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ МАЛЫХ ИННОВАЦИОННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

ESTIMATION OF THE INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF SMALL INNOVATIVE ENTERPRISES

Анотація. Важливим фактором, який впливає на розвиток та життєдіяльність малих та середніх інноваційних підприємств, зокрема стартапів, є можливість оцінити його інвестиційну привабливість. Основною причиною «провалу» таких підприємств є відсутність інструментарію для прогнозування потенційної кількості своїх клієнтів, а отже і фінансових результатів. У якості показника оцінювання інвестиційної привабливості малого інноваційного підприємства, у статті пропонується розглядати кількість прогнозованих клієнтів підприємства. З цією метою було запропоновано використовувати ряд математичних моделей на основі інструментарію

дескриптивної статистики. **Ключові слова:** мале інноваційне підприємство, стартап, дескриптивна статистика, функція щільності розподілу.

Аннотация. Важным фактором, который влияет на развитие и жизнедеятельность малых и средних инновационных предприятий, в том числе стартапов, является возможность оценить его инвестиционную привлекательность. Основной причиной «провала» таких предприятий является отсутствие инструментария для прогнозирования потенциального количества своих клиентов, а значит и финансовых результатов. В качестве показателя оценивания инвестиционной привлекательности малого инновационного предприятия, в статье предлагается рассматривать количество прогнозируемых клиентов предприятия. С этой целью было предложено использовать ряд математических моделей на основе инструментария дескриптивной статистики. **Ключевые слова:** малое инновационное предприятие, стартап, дескриптивная статистика, функция плотности распределения.

Annotation. An important factor that influences the development and the lifecycle of small and medium innovative enterprises, including start-ups, is a possibility to measure its investment attractiveness. The main cause of "failure" of such enterprises is the lack of tools for predicting the potential number of its clients and, thus, the financial results. The investigation proposes to consider the number of attracted enterprise clients as an indicator of start-ups investment attractiveness. In view of this, it was suggested to use a series of mathematical toolkits based on the descriptive statistics. **Keywords:** small innovative enterprise, start-up, descriptive statistics, investment attractiveness., probability density function.

Introduction. Nowadays the actual status and prospects of start-up technologies occupy a prominent place in economic research in the world and in Ukraine, in particular. Recently, the economic situation in Ukraine has imposed some corrections on the prospects of introducing start-up technologies, which leads to the reduction of investment assets and several other factors. However, the realities of 2015-2016 have shown that the potential of Ukrainian and international start-ups is sufficient to resist the crisis.

Unsolved issues as part of a problem. Regardless of the direction, any start-up faces the problem of finding initial financing. This problem directly relates to the start-up's potential measurement and forecasting of the financial results.

It is also important to identify the risks because a potential investor needs to know what to invest and what it might cost him. There are different methods which help to determine the risk of the project. They all have their strengths and weaknesses.

The purpose of this research is to develop methods for estimation of the investment attractiveness of small innovative enterprises based on known statistics.

The main material of the study. In this study we have analyzed in detail the historical data constituting the general totality in a time series, for the whole period of business activity of well-known american start-up Buffer [2] (January 2012 - October 2016) in order to forecast the number of new service clients. The last six months (4.04.2016 – 10.30.2016) reflect the latest trend in the quantity of start-ups' clients. According to this, we can construct a mathematical model of the potential number of clients. Let's analyze the statistical data using the descriptive statistics instruments. As only the number of clients as of the specific date is known, we have an opportunity to visualize the number of clients depending on a day of the week (Figure 1).

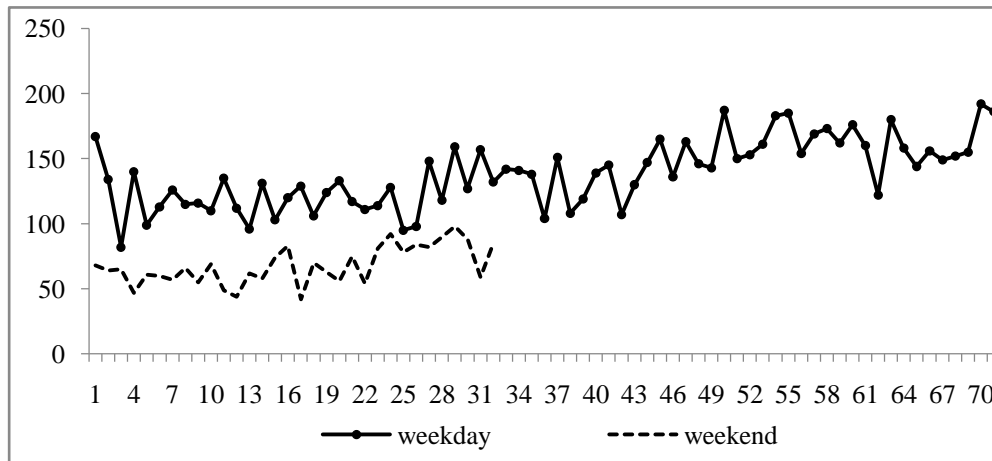


Figure 1– Number of Buffer’s attracted clients in weekday and weekend in January 2012 - October 2016

Authors own calculations based on [2]

Based on Figure 1 we can conclude that the number of Buffer’s clients visited it at the weekend rather differs than on weekday. Thus, it is necessary to investigate whether a significant difference between these two categories occurs before constructing the mathematical model of forecasting the potential number of Buffer’s clients.

We divided the selected data into two stratum as follows:

Weekday stratum – number of new attracted start-up’s clients on weekday (from Mondays till Friday inclusive);

Weekend stratum – number of new attracted start-up’s clients at weekend.

Let’s analyze these stratum against to the selected sample based on the descriptive statistics instruments. In particular, the main statistical indicators for the analysis carried out by stratified sampling choose are the following:

Mean – the average of all values:

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{n}, \quad (1)$$

where n is the number of observations; x_i — income of small innovative enterprise; i=1, 2, 3, ..., n;

Median (Me) – the middle observation when values of the variable of income x_i are sorted from smallest to largest;

The standard deviation (StDev or σ) — the square root from the average of the squared deviations from the mean

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2}{n}}; \quad (2)$$

a) The sampling error (SE (\bar{x})) — the difference between the point estimate (mean) and the true value of the population parameter being estimated

$$SE(\bar{x}) = \frac{\sigma}{\sqrt{n}}. \quad (3)$$

Table 1 presents the analysis of the sample and each stratum on the above mentioned indicators.

Table 1

**NUMERICAL CHARACTERISTICS FOR NEW BUFFER'S ATTRACTED CLIENTS
IN GENERAL AND BY STRATUM**

Stratums	Mean	Median	StDev	n	SE (\bar{x})
Sample	114,624	119	37,068	103	3,652
Weekday stratum	138,394	139	25,773	71	3,059
Weekend stratum	68,094	65,5	14,759	32	2,609

Author's own calculations based on [2] using the Equations (1)-(3)

Based on the results represented in Table 1, it is clear that statistical indicators for each stratum somewhat differ. It is necessary to determine whether this difference is significant. If the difference is significant we need to construct the mathematical model of forecasting the number of start-up's clients for each stratum. Conversely, if the difference is not significant the model of the forecasting could be constructed for the whole sample.

The confidence intervals for the mean values for each stratum should be constructed in order to analyze these differences. The tests of statistical hypotheses should be also conducted.

Conclusions and perspectives for further research. Nowadays, the problems and tasks in the field of innovative entrepreneurship are particularly relevant. This development enables innovative businesses to achieve strategic vector that is associated with overcoming raw material dependence of the domestic economy and the development of new technological devices.

An important factor, which influences the business activity and development of small and medium innovative enterprises, including start-ups, is a possibility to measure its potential clients. The main cause of "failure" of such enterprises is the lack of tools for predicting the potential number of its clients and, thus, financial results. For this purpose, it is suggested to use a series of mathematical models based on toolkits of descriptive statistics.

References

1. Blank S. *The Four Steps to the Epiphany* / S. Blank. – K&S Ranch; 2nd edition, 2013. – 370 p.
2. Buffer Team. *Social media management for marketers and agencies* [Electronic resource].— Access mode: <https://open.buffer.com/buffer-november-update-2347000-run-rate-1189000-users/>
3. *Kenneth Shaw*. *Mathematical Modeling in Business and Economics: A Data-Driven Approach* / Shaw Kenneth. Business Expert Press, 2014.
4. *Ries E*. *The Lean Start-up: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses* / E. Ries. – Crown Business; 1 edition, 2011. – 336 p.
5. *Walkenbach J*. *Excel 2013 Power Programming with VBA* / J. Walkenbach. – John Wiley & Sons, Inc., 2013. – 1104 p.
6. *Weiss A*. *Million Dollar Consulting Paperback* / A. Weiss. – McGraw-Hill Education; 4 edition , 2009. – 400 p.

Світлана Мішина

к.е.н., доцент кафедри економіки та соціальних наук

ХНЕУ ім. С. Кузнеця,

svitlana.mishyna@hneu.net

Олександр Мішин

к.е.н., доцент кафедри міжнародного бізнесу та економічного аналізу

ХНЕУ ім. С. Кузнеця,

majmsvmaa@ukr.net

НАУКОВО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ

НАУЧНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИННОВАЦИОННОГО УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

SCIENTIFIC AND METHODOLOGICAL SUPPORT OF EVALUATION OF EFFECTIVENESS OF INNOVATIVE PERSONNEL MANAGEMENT

Анотація. Розглянуто підходи до оцінки ефективності управління персоналом. Визначено мету, завдання та критерії оцінки ефективності інноваційного управління персоналом. Запропоновано систему показників оцінки економічної ефективності інноваційного управління персоналом.

Аннотация. Рассмотрены подходы к оценке эффективности управления персоналом. Определены цель, задачи и критерии оценки эффективности инновационного управления персоналом. Предложена система показателей оценки экономической эффективности инновационного управления персоналом.

Annotation. Approaches to the evaluation of the effectiveness of personnel management are considered. The goal, tasks and criteria for assessing the effectiveness of innovative personnel management are defined. The system of indicators of an estimation of economic efficiency of innovative management by the personnel is offered.

Сьогодні все більшої уваги заслуговують питання інноваційного управління персоналом. Будь-які управлінські дії, в тому числі і інноваційне управління в сфері персонал-технологій повинні відповідати критерію ефективності. Тому сьогодні вимогою часу є удосконалення наукового забезпечення оцінки ефективності інноваційного управління персоналом.

Теоретичні засади інноваційного управління персоналом знайшли відображення в працях таких вчених, як Брич В. Я., Борисяк О. В. [1], Вергун В. А., Ступницький В. І. [2], Гетьман В. В., Білодід А. О. [3]. Ці розробки можуть бути використані для обґрунтування напрямів оцінки ефективності інноваційного управління персоналом. Проте, додаткових досліджень потребують питання визначення переліку критеріїв та показників оцінки ефективності інноваційного управління персоналом на вітчизняних підприємствах.

Метою даного дослідження є уточнення науково-методичного забезпечення оцінки ефективності інноваційного управління персоналом на вітчизняних підприємствах.

Вибір та застосування методів та інструментів інноваційного управління персоналом має здійснюватися з дотриманням критеріїв економічної і соціальної ефективності. Тобто, економічні вигоди від впровадження інноваційних персонал-технологій повинні перевищувати витрати на їх впровадження. При цьому мінімальними повинні бути і витрати часу на впровадження інноваційного управління персоналом.

Формування науково-методичного забезпечення оцінки ефективності інноваційного управління персоналом, як на нашу думку, слід здійснювати поетапно, про що і свідчить рис. 1.

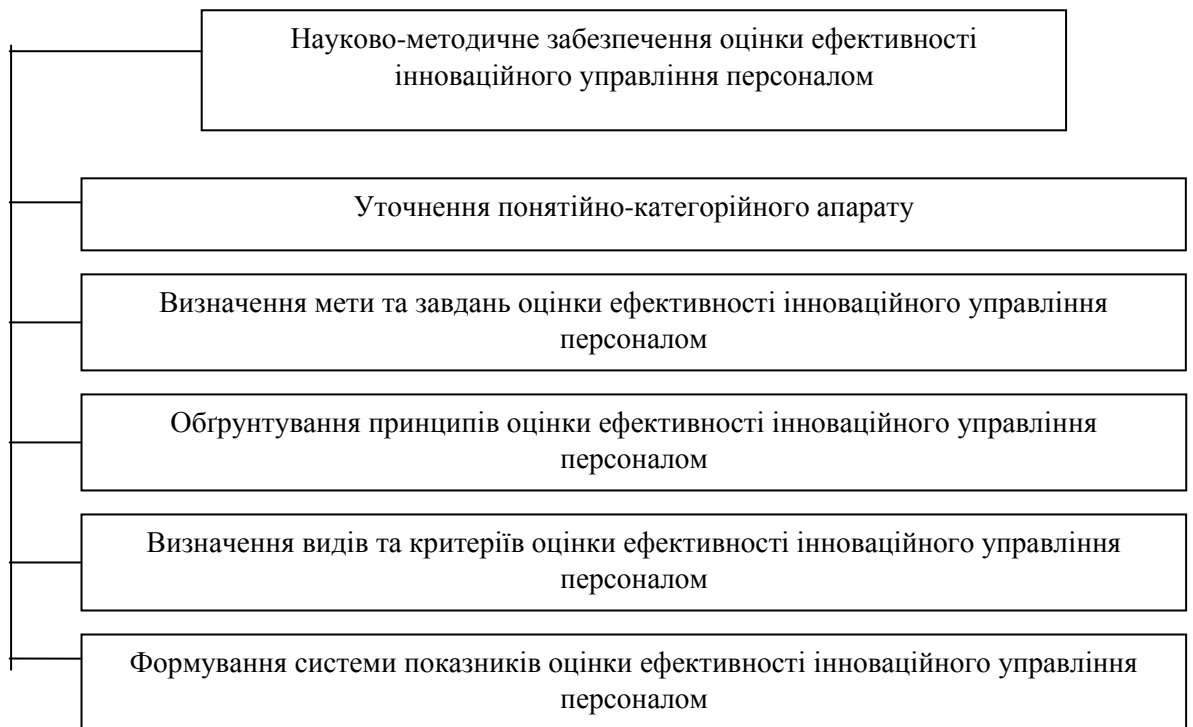


Рис. 1. Процес формування науково-методичного забезпечення оцінки ефективності інноваційного управління персоналом

Уточнюючи понятійно-категорійний апарат, зазначимо, що в загальноекономічному значенні під ефективністю інноваційного управління персоналом слід розуміти ступінь досягнення підприємством поставлених цілей, в сфері інноваційних персонал-технологій, що визначається як співвідношення результату (ефекту) та витрат на його досягнення.

Метою формування науково-методичного забезпечення оцінки ефективності інноваційного управління персоналом є отримання оперативної, об'єктивної та неупередженої інформації про доцільність застосування інноваційних персонал-технологій.

Науково-методичне забезпечення оцінки ефективності інноваційного управління персоналом, як на нашу думку, має бути сформоване, ґрунтуючись на певних принципах:

принцип науковості. Він означає, що методологія аналізу ефективності інноваційного управління персоналом повинна базуватися на новітніх метода економічних наук;

принцип об'єктивності. Припускає дослідження реальних управлінських процесів в персонал-сфері. Висновки повинні підкріплюватися аналітичними розрахунками і графічним матеріалом;

принцип системності й комплексності. Всі інноваційні методи та інструменти управління персоналом слід розглядати й аналізувати у взаємозв'язку у складі динамічної системи управління персоналом;

принцип оперативності. Він полягає у своєчасному виявленні й попередженні причин відхилень фактичних значень показників оцінки ефективності інноваційного управління персоналом від їх базових або планових величин;

принцип масовості. Припускає широке залучення до оцінки ефективності інноваційного управління персоналом як можна більшого числа різних категорій працівників підприємства;

принцип доцільності. Впровадження інноваційних методів управління персоналом повинно бути оцінено з позицій його результативності, тобто мінімізації витрат коштів і часу при найкращому результаті.

При оцінці правильності вибору методів і прийомів інноваційного управління персоналом використовуються певні критерії. Критерії характеризують принцип, підхід до оцінки ефективності, тоді як показники – безпосередній спосіб її оцінки. До часткових критеріїв ефективності, як на нашу думку, слід віднести:

соціальна доцільність та справедливість; зростання продуктивності праці; зниження трудових витрат; зростання обсягів виробництва; зниження трудомісткості

Перелік показників-характеристик оцінки ефективності інноваційного управління персоналом наведений у табл. 1.

Таблиця 1

**ПЕРЕЛІК ПОКАЗНИКІВ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО
УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

Назва показника	Порядок визначення	Характеристика
Показники залучення персоналу до інноваційного управління та діяльності		
Показник інноваційної активності персоналу	Відношення кількості інновацій до середньооблікової чисельності персоналу	Показує скільки інноваційних винаходів приходить на одного працівника (можна розраховувати на 100 або 1000 осіб)
Відсоток інноваційно активного персоналу	Відношення кількості персоналу, зайнятого в інноваційній діяльності та інноваційному управлінні до середньооблікової чисельності персоналу	Показує питому вагу персоналу, задіяного в інноваційних проектах, діяльності, управлінні
Рівень інноваційності кадрових проектів	Відношення кількості кадрових проектів, що виконуються із застосуванням інноваційних методів і проектів до загальної кількості кадрових проектів	Характеризує питому вагу інноваційних кадрових проектів в загальній їх кількості
Показники економічної ефективності інноваційних кадрових проектів		
Індекс дохідності кадрових проектів	Відношення ефекту до витрат на впровадження інноваційних кадрових проектів	Показує який ефект буде отримано з кожної гривні вкладених в інноваційні проекти коштів
Період окупності кадрових проектів	Відношення витрат до ефекту від впровадження інноваційних кадрових проектів	Показує за який час інноваційний кадровий проект окупиться
Характеристики соціальної ефективності інноваційних HR-проектів, методів, інструментів: підвищення рівня задоволеності персоналу роботою, зростання зацікавленості персоналу в навчанні, підвищенні кваліфікації, розвиток творчих здібностей, креативності персоналу		

Науковою новизною даного дослідження є удосконалення науково-методичного забезпечення оцінки ефективності інноваційного управління персоналом за рахунок уточнення переліку етапів його формування. Практичне значення отриманих результатів полягає в можливості їх застосування на вітчизняних підприємствах, що дозволить оперативно виявляти напрями удосконалення інноваційної складової управління персоналом.

Література

1. Брич В. Я. Інноваційні технології формування персоналу підприємств в умовах оптимізаційного розвитку / В. Я. Брич, О. В. Борисяк // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія Економіка. – 2017. – Випуск 2 (50) . – С. 172 – 179.
2. Вергун В. А. Сучасні інноваційні зміни системи управління персоналом фірми / В. А. Вергун, В. І. Ступницький // Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія Економіка. – 2015. – Випуск 2(4). Частина 1. – С.96 –100.
3. Гетьман В. В. Інноваційні методи розвитку персоналу / В. В. Гетьман, А. О. Білодід // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2017. – Випуск 17. – С. 556 – 561.

Наталія Правдюк
доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри бухгалтерського обліку,
Вінницького національного аграрного університета,
pravduyk@gmail.com
Наталія Гуменюк
магістр, Вінницького національного аграрного університета,
nata.gumenyuk003@gmail.com

**ОБЛІКОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ РОЗРАХУНКАМИ З
ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ ТА ПІДРЯДНИКАМИ ПІДПРИЄМСТВА**

**УЧЕТНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УПРАВЛЕНИЯ РАСЧЕТАМИ СПОСТАВЩИКАМИ
И ПОДРЯДЧИКАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

**ACCOUNT MANAGEMENT CALCULATIONS WITH SUPPLIERS AND
CONTRACTORS ENTERPRISE**

Анотація. Розглянуто сутність та проблемні питання облікового забезпечення управління розрахунків з постачальниками та підрядниками сучасних інноваційних структур.

Аннотация. Рассмотрена сущность и проблемные вопросы учетного обеспечения управления расчетов с поставщиками и подрядчиками современных инновационных структур.

Annotation. Essence and problem questions of theregistration providing of management of calculations areconsidered with suppliers and contractors.

Фінансовий стан кожного господарюючого суб'єкта залежить від його взаємовідносин з іншими суб'єктами господарювання, що викликає безперервне поновлення кругообігу фінансових і господарських засобів та різноманітних розрахунків, зокрема розрахунків з постачальниками та підрядниками за поставлені товари, виконані роботи та надані послуги.

Система управління сучасного інноваційного підприємства, не може функціонувати без правильної організації облікового забезпечення. Умови жорсткої конкуренції вимагають більшої оперативності, точності та комплексності облікової інформації. Облік повинен бути побудований таким чином, щоб з нього можливо було б отримати не лише звітні дані, але й іншу інформацію, в якій виникає потреба для прийняття стратегічних управлінських рішень. Бухгалтерський облік є основою інформаційного забезпечення системи управління та разом з економічним аналізом складає систему обліково-аналітичного забезпечення.[5]

Розглядаючи зміст облікового забезпечення управління, Правдюк М.В. зазначає, що – це сукупність облікових і аналітичних процесів, об'єднаних у обліково-аналітичну систему та спрямованих на задоволення інформаційних потреб користувачів шляхом перетворення первинної інформації в узагальнюючу згідно з визначеними цілями, а також нормативно-правовим, методичним, організаційним, програмним, математичним, технічним та ергономічним забезпеченнями. [6]

Потапова І.В. окреслює облікове забезпечення, як систему збору, обробки, узагальнення та подання фінансової інформації, здійснення облікових процедур в режимі реального часу, виявлення відхилень від запланованих показників і використання отриманих результатів для прийняття ефективних управлінських рішень.[4]

В процесі реалізації інноваційних проектів порядок і форми розрахунків з постачальниками визначаються господарськими договорами, внаслідок виконання яких у підприємства виникають поточні зобов'язання – кредиторська заборгованість. Господарський договір є найбільш поширеною і важливою підставою виникнення зобов'язання, основною формою реалізації товарно-грошових відносин у ринковій економіці. В ньому повинні бути чітко визначені графік поставки товарів (виконання робіт, надання послуг), умови розрахунків та штрафні санкції на випадок невиконання сторонами своїх зобов'язань за договором.

Одним з проблемних питань облікового забезпечення управління розрахунків з постачальниками та підрядниками є неналежна організація документообігу підприємства при роботі з контрагентами. Документування обліку розрахунків з постачальниками та підрядниками

є важливою складовою процесу оперативного та якісного управління інноваційним підприємством. При не налагодженому документообігу зростає ймовірність штрафних санкцій через несвоєчасність сплати постачальникам або оприбуткування матеріалів. Також не контролюються дії матеріально відповідальних осіб, що загрожує інформаційній безпеці підприємства та виникає ризик зменшення прибутку підприємства. Сучасні підходи до документування обліку розрахунків з постачальниками можуть бути повною мірою реалізовані шляхом розробки досконалої облікової політики підприємства.[2]

Відповідно до Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій [3] для обліку розрахунків з постачальниками та підрядниками за одержані товарно-матеріальні цінності, виконанні роботи та надані послуги використовується рахунок 63 «Розрахунки з постачальниками та підрядниками», який має три субрахунки:

- 631 «Розрахунки з вітчизняними постачальниками»;
- 632 «Розрахунки з іноземними постачальниками»;
- 633 «Розрахунки з учасниками промислово- фінансових груп».

Поділяємо думку тих науковців, які вважають, що така деталізація не є достатньо повною, оскільки не забезпечує можливість враховувати терміни погашення кредиторської заборгованості, а також виконання умов її погашення. Тому такий поділ доцільно робити на субрахунках другого порядку до рахунка 63 «Розрахунки з постачальниками та підрядниками»(рис.1).

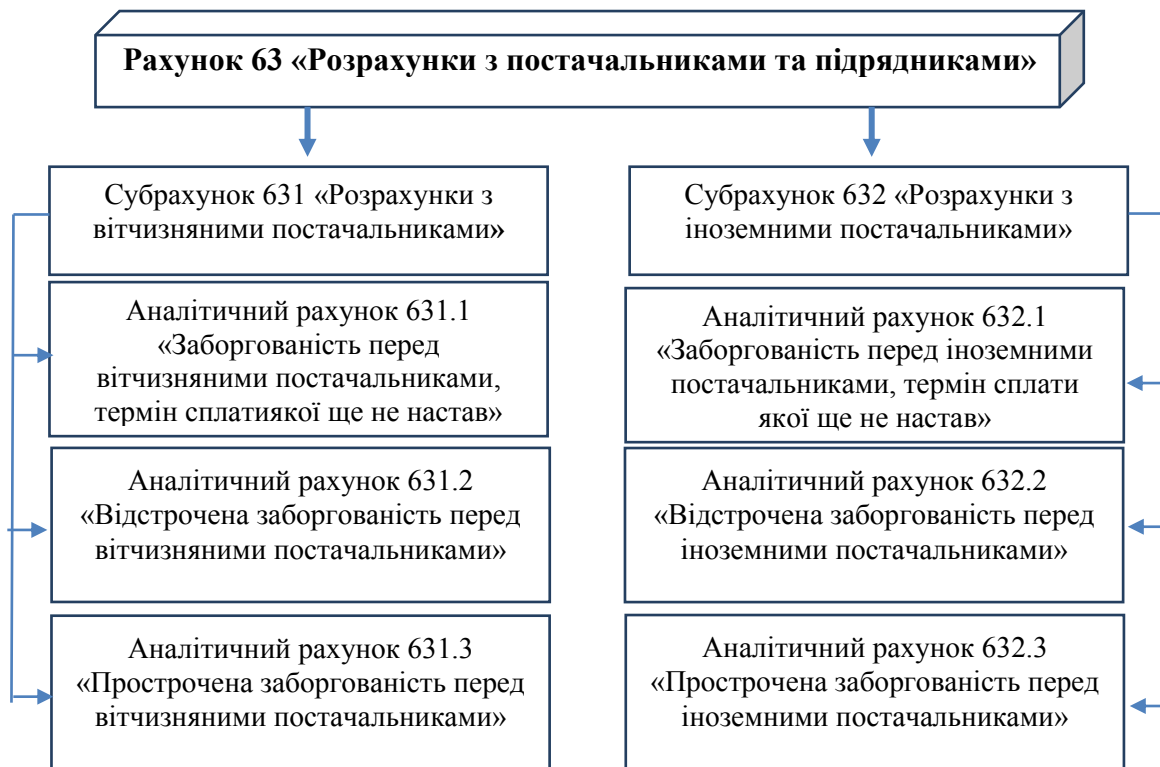


Рис. 1. Аналітичні рахунки для обліку розрахунків з постачальниками та підрядниками

Джерело: сформовано автором на основі [1]

Варто зазначити, що вагоме місце в системі управління діяльністю інноваційного підприємства займає управління кредиторською заборгованістю підприємства, яка виникає у процесі постачання.

На наш погляд, застосування в обліку даних аналітичних рахунків сприятиме безпосередньому контролю за кредиторською заборгованістю та термінами її сплати, що дасть змогу більш оперативно приймати управлінські рішення щодо стану розрахунків з постачальниками та підрядниками.

Отже, ефективне управління кредиторською заборгованістю інноваційного підприємства, яка виникає у процесі взаємовідносин з постачальниками та підрядниками, потребує

налагодженого функціонування облікової системи, здатної забезпечувати потреби керівництва в актуальній та достовірній інформації. Під обліковим забезпеченням управління кредиторською заборгованістю перед постачальниками та підрядниками необхідно розуміти процес систематизації та структурування інформації, що генерується системою бухгалтерського обліку, з метою задоволення інформаційних запитів менеджерів у процесі виникнення такої заборгованості, її поточного обліку та погашення.

Література

1. *Владика О. Є.* Шляхи вдосконалення обліку розрахунків з постачальниками та підрядниками / О. Є. Владика. // Економічні науки. – 2016. – №12. – С. 677–680.
2. *Кулій В. М.* Шляхи вдосконалення обліку розрахунків з постачальниками та підрядниками / В. М. Кулій, О. І. Тивончук. // Наукове видання. – 2016. – №2. – С. 61–63.
3. План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій. Затверджено наказом Мінфіну України від 30.11.99р. № 291.
4. *Потапова І. В.* Обліково-аналітичне забезпечення управління виробничими запасами підприємств / І.В. Потапова // I Всеукраїнська науково-практична конференція молодих науковців «Проблеми економічного, облікового, контрольного і аналітичного забезпечення управління підприємством». – 2016. – С. 105–108.
5. *Правдюк Н. Л.* Сутність обліково-аналітичного забезпечення управління ціновою політикою підприємства / Н.Л. Правдюк // Проблеми економічного, облікового, контрольного і аналітичного забезпечення управління підприємством: матеріали II Всеукр. наук.-практич. конф. молод. учених, 8 грудня 2016 року. – Вінниця.- «Едельвейс і К».- С.102-105.
6. *Правдюк М.В.* Сутність обліково-аналітичного забезпечення управління інноваційною діяльністю підприємства / М. В. Правдюк. // I Всеукраїнська науково-практична конференція молодих науковців «Проблеми економічного, облікового, контрольного і аналітичного забезпечення управління підприємством». – 2016. – С. 112–114.

УДК 339.146.4

Олена Проволоцька

*к.е.н., доцент кафедри економіки та підприємництва,
КЕІ ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,
pro-2000@ya.ru*

Дар'я Коцюмбас

*студентка 5 курсу спеціальності «Економіка»,
КЕІ ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,
dashakotsyumbas5@gmail.com*

ИНДЕКС СЕЗОННОСТИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВИЗНАЧЕННЯ ПЕРІОДУ РОЗШИРЕННЯ РИНКУ ЗБУТУ

ИНДЕКС СЕЗОННОСТИ КАК ИНСТРУМЕНТ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПЕРИОДА РАСШИРЕНИЯ РЫНКОВ СБЫТА

SEASONAL INDEX AS AN INSTRUMENT FOR DETERMINING THE PERIOD OF EXPANSION OF THE SALES MARKET

Анотація. Висвітлено актуальні питання, пов'язані з розширенням ринку збуту. В якості інструменту, визначення необхідного періоду розширення ринку, обґрунтовано використання індексу сезонності.

Аннотация. Раскрыты актуальные вопросы, связанные с расширением рынка сбыта. В качестве инструмента, определения необходимого периода расширения рынка, обосновано использование индекса сезонности.

Annotation. The topical issues related with the expansion of the sales market were covered. As a tool for determining the necessary period of the market expansion the using of the seasonality index was justified.

Сучасний світ - світ динаміки і швидкості. Щоб в ньому існувати, суб'єкту господарювання необхідно постійно змінюватися, здобувати нові знання та вміння, грамотно їх використовувати.

Перенасичення ринків товарами та послугами призводить до розуміння виняткової ролі збуту в діяльності будь-якої фірми. Саме тому система збуту є центральною в системі економічної стійкості роботи підприємства, а розробка заходів щодо розширення ринку збуту продукції є її невід'ємною частиною.

Проблемам розширення ринку збуту продукції, послуг присвячені праці В. Алексуніна [1, с. 716], Ф. Котлера, І. Коротко, Т. Циганкової, П. Чорномаза та ін. В той же час сучасний математичний інструментарій в практиці прийняття маркетингових рішень використовується не достатньо.

Мета дослідження полягає в обґрунтуванні доцільності використання індексу сезонності в якості критерію визначення періоду розширення ринку збуту продукції підприємства.

В сучасних умовах господарювання розширити ринок збуту певної продукції не можливо без застосування відповідних технологій і знань. Вивчення ринків збуту показує, що, як правило, вони розвинені на 20-50% від можливого рівня. Це означає, що ринки збуту можна розширити в 2-5 разів, а іноді й більше. Все це і робить розширення ринку збуту одним з найважливіших видів діяльності для будь-якого бізнесу [2, с. 462].

В умовах насиченого ринку дедалі більшої ваги набуває вибір оптимального періоду для розширення ринку збуту. Момент для цього настає тоді, коли життєвий цикл товару знаходиться на другій стадії розвитку, якій притаманне зміцнення існуючого становища і розширення ринку. Проте в який конкретний період часу краще розпочати таку діяльність - невідомо.

Сезонність є важливим елементом в прогнозуванні основних процесів прийняття рішень в бізнесі щодо виробництва, контролю запасів, персоналу, маркетингу, фінансування тощо [7, с. 87]. Індекси сезонності показують фактичні коливання параметрів ринку, що відповідають певним сезонам. Сезонність - є ні що інше, як вплив різних чинників і подій, що відбуваються в один і той же час, на купівельну спроможність того чи іншого товару. При аналізі ринку вельми важливо виявити і виміряти ступінь таких коливань, які проявляються навіть при побіжному аналізі динамічних рядів. Зокрема, сезонні коливання попиту характеризуються індексами сезонності, а їх сукупність за рік утворює сезонну хвилю. Якщо для розрахунків використовувати дані за кілька років, то можна отримати досить стійку сезонну хвилю [6, с. 329].

Сезон в бізнесі - це час максимальних продажів, а успішна діяльність під час сезонного підйому забезпечує рентабельність бізнесу на весь фінансовий рік. Таким чином, індекси сезонності можна використовувати і для вибору періоду для розширення ринку збуту, спираючись на піки і спади продажів.

Проте чи всі компанії вірно обирають період для розширення свого ринку?

В процесі даного дослідження було розраховано індекси сезонності (за допомогою програмного забезпечення STATGRAPHICS) та порівняно період розширення ринку збуту з отриманим періодом піків продаж (табл.1). Індекси сезонності (табл.), для трьох підприємств ЧП «Specializ» [3], ЧП «Gorida» [4], ПАТ «Галка» [5], були розраховані на основі значень їх поквартального чистого прибутку за 2014-2017 роки.

Таблиця 1

ІНДЕКСИ СЕЗОННОСТІ КОМПАНІЙ «SPECIALIZ», «GORIDA» ТА «ГАЛКА»

Сезон	Індекси сезонності			Вихід на ринок		
	«Specializ»	«Gorida»	«Галка»	«Specializ»	«Gorida»	«Галка»
1	0,62	0,98	1,59			X
2	1,76	1,08	0,63	X		
3	1,07	1,02	0,49		X	
4	0,53	0,89	1,27			

За даними таблиці бачимо, що не для усіх компаній період розширення ринку збігається з періодом піків їх продажів, тобто не всі фірми правильно обирають період для розширення свого ринку збуту, що призводить до недоотримання прибутку. Так ЧП «Gorida» мала найкращі продажі у другому кварталі, де індекс сезонності становить 1,08, а розширення ринку збуту

відбулося у липні (третій квартал). Отже, фірма вийшла пізніше, ніж в момент, коли були пікові продажі, і, таким чином, втратила частину прибутку.

Отже, індекс сезонності є швидким і зручним інструментом визначення найоптимальнішого періоду для розширення ринку збуту, за допомогою якого можна визначити піки продажів конкретного товару та період отримання найбільшого прибутку.

Література

1. *Алексунин В.А.* Международный маркетинг . – 3-е изд. – М.: Дашков и К., 2005. – 716 с.
2. *Дідківський М.І.* Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: [навч. посіб]. / М.І. Дідківський, - К. : Знання, 2006. -462 с.
3. Річний звіт компанії Specializ за 2016 рік [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <https://www.specialized.ua>.
4. Річний звіт компанії [Gorida](http://firewood.in.ua) [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://firewood.in.ua>.
5. Річний звіт ПАТ «Галка» [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <https://smida.gov.ua/db/participant/00376656>.
6. *S. Hylleberg and A. Pagan.* Seasonal integration and the evolving seasonals model, International Journal of Forecasting, 13: 329-340, 1997.
7. *T.Peter.* Comparison of Efficient Seasonal Indexes, Journal of applied mathematics and decision sciences, 8(2), 87–105, 2004

УДК 338.1

Михайло Сагайдак

*д.е.н., доцент, професор кафедри економіки підприємств,
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,
sahaidak@kneu.edu.ua*

Аліна Зражевська

*студентка 6 курсу, магістерської програми «Бізнес-економіка»,
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,
zrazhevaska.alina@gmail.com*

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ІННОВАЦІЙНОЇ БІЗНЕС-СТРУКТУРИ

УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ИННОВАЦИОННОЙ БИЗНЕС-СТРУКТУРЫ

COMPETITIVENESS MANAGEMENT INNOVATION BUSINESS STRUCTURE

Анотація. Представлена авторська позиція щодо удосконалення процесу управління конкурентоспроможністю інноваційної бізнес-структури шляхом реалізації комплексу заходів, спрямованих на управління інтелектуальним потенціалом, покращення позиціонування бізнес-структури і просування на ринку інноваційного продукту з метою посилення конкурентних позицій і збільшення прибутку.

Анотация. Представлена авторская позиция по совершенствованию процесса управления конкурентоспособностью инновационной бизнес-структуры путем реализации комплекса мер, направленных на управление интеллектуальным потенциалом, улучшение позиционирования бизнес-структуры и продвижения на рынке инновационного продукта с целью усиления конкурентных позиций и увеличения прибыли.

Abstract. The author's position on improving the process of managing the competitiveness of the innovative business structure by introducing a set of measures aimed at managing intellectual potential, improving the positioning of the business structure and promoting the innovative product market in order to strengthen the competitive positions and increase profits is presented.

За умов функціонування бізнес-структур у динамічному середовищі, все більше уваги приділяється забезпеченню їх конкурентоспроможності, що обумовлює якість та ефективність діяльності суб'єктів господарювання. Конкурентоспроможність бізнес-структури являє собою такий її стан, що характеризує наслідки конкурентної боротьби та результати її впливу, які у т.ч. відображаються у позитивній динаміці показників фінансової звітності. Саме конкурентна боротьба є механізмом, що з одного боку стимулює і сприяє підвищенню рівня конкурентоспроможності, а з іншого - гальмує і, відповідно, має негативний вплив на її рівень.

Конкурентоспроможність бізнес-структури, як об'єкт управління, є сукупністю взаємопов'язаних елементів, спрямованих на забезпечення сильних позицій підприємства на ринку, підтримання існуючих і створення нових конкурентних переваг. Бізнес-структура, яка активно використовує і спрямовує свій потенціал на інноваційну діяльність має низку переваг. Уміння ефективно управляти процесами в конкурентній боротьбі є одним з найбільш важливих факторів забезпечення конкурентоспроможності інноваційної бізнес-структури [1, с. 18].

Стрімкий розвиток зовнішнього середовища, зниження платоспроможності населення, загострення конкурентної боротьби зумовлює бізнес-структури до пошуку нових способів управління конкурентоспроможністю, також процес глобалізації зумовлює специфіку конкуренції на ринку інновацій, перетворюючи її на інтенсивний процес боротьби за інтелектуальне лідерство. Зазначене вище обумовлює актуальність теми дослідження.

Сутність управління конкурентоспроможністю бізнес-структури розкрито у роботах вітчизняних та зарубіжних авторів, зокрема Д.О. Барабась, Г.Б. Бобова, Е.Т. Гребньова, В.Л. Дикань, О.С. Дубрової, С.М. Клименко, І.В. Кузьменко, В.В. Лавриненко, Ю.В. Лисенко, Ю.М. Мануйлович, Л.В. Оболенцевої, І.О. Піддубного, А.І. Піддубної, І.М. Репіної, Н.О. Савельєвої, А.В. Солов'янчик, Ю.В. Ушкаренко, Р.А. Фатхутдінова, В.Ю. Фролової, Г.О Швиданенко та ін. Попри широке коло піднятих науковцями проблем недостатньо дослідженими залишаються питання, що стосуються специфіки управління конкурентоспроможністю інноваційної бізнес-структури крізь призму управління інтелектуальним потенціалом.

Досліджуючи питання управління конкурентоспроможністю інноваційної бізнес-структури, ми пропонуємо під цим поняттям розуміти сукупність заходів з систематичного удосконалення товару чи послуги у залежності від пред'явленого попиту, пошуку нових каналів його збуту і просування, а також поліпшення якості обслуговування і післяпродажного сервісу. Аналіз літературних джерел дозволяє стверджувати, що управління конкурентоспроможністю інноваційної бізнес-структури ототожнюється з системою знань щодо принципів, методів та технологій формування конкурентних переваг і забезпечення на їх основі життєздатності бізнес-структури, як суб'єкта економічної діяльності [2, с. 257-259].

У широкому розумінні конкурентоспроможність інноваційної бізнес-структури можна визначити як потенційну або реалізовану здатність економічного суб'єкта до ефективного довготривалого функціонування у релевантному зовнішньому середовищі на інноваційному ринку.

Беззаперечним є те, що процесу розробки управлінських рішень щодо підвищення конкурентоспроможності бізнес-структури чи продукту, що нею пропонується на ринку інновацій, має передувати комплексний аналіз її діяльності [3, с. 132]. Враховуючи різноманітні методичні підходи до оцінювання конкурентоспроможності бізнес-структури, для отримання результатів повноцінного та об'єктивного аналізу вважаємо за доцільне виділити 4 аспекти, які мають обов'язково використовуватися: методи, які характеризують ринкові позиції бізнес-структури та її продукції; методи, які характеризують рівень менеджменту бізнес-структури; метод, заснований на теорії ефективної конкуренції; метод оцінки конкурентоспроможності інноваційної продукції, як порівняльної характеристики споживчих і вартісних властивостей продукту. Поєднуючи запропоновані методи можна зробити комплексний аналіз конкурентоспроможності бізнес-структури та перейти до наступного етапу – дослідження конкурентного ринку та визначення конкурентних переваг інноваційної бізнес-структури.

Одним із основних завдань при дослідженні інноваційної бізнес-структури є визначення конкурентних позицій, іміджу бізнес-структури, визначення критеріїв сегментації цільового ринку, дослідження поведінки споживачів, конкурентів, посередників, постачальників та інших суб'єктів ринку, адже інноваційна продукція має свою специфіку збуту, тому інноваційні бізнес-структури мають приділяти особливу увагу цьому аспекту дослідження [3, с. 212-219].

Для кожної бізнес-структури життєвою необхідністю є знання своїх конкурентів, тому наступним етапом є саме дослідження конкурентів на ринку.

Стратегічний підхід до управління стає основою для формування конкурентоспроможності інноваційної бізнес-структури, що зумовлюється її конкурентними перевагами і позиціями на ринку. Виходячи з цього ми пропонуємо розглядати процес управління конкурентоспроможністю інноваційної бізнес-структури крізь призму конкурентоспроможності персоналу. Фундаментом, який забезпечить успіх інноваційної бізнес-структури, є інтелектуальний потенціал персоналу. Отже, з метою забезпечення успіху інноваційної бізнес-структури на ринку ми пропонуємо переглянути підходи щодо підбору і відбору нового персоналу та пошуку талантів серед існуючого (рис. 1).

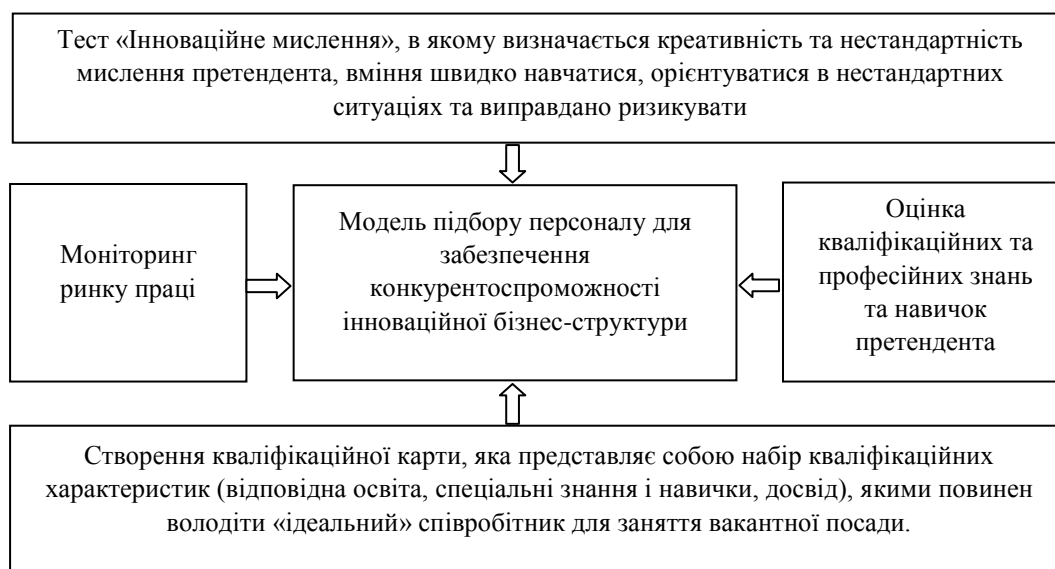


Рис. 1. Модель підбору персоналу для забезпечення конкурентоспроможності інноваційної бізнес-структури

Джерело: авторська розробка

Реалізація запропонованої моделі дозволить забезпечити конкурентоспроможність інноваційної бізнес-структури на ринку шляхом залучення у процес створення споживчої цінності креативного, інтелектуально розвинутого персоналу, що нестандартно мислить, швидко навчається, орієнтується в нестандартних ситуаціях і вміє виправдано ризикувати.

Використання запропонованої моделі дозволить бізнес-структурі позиціонувати себе на ринку інновацій через персонал, що продукує інноваційні продукти чи послуги. В цьому випадку є два варіанти розвитку подій:

1) позиціонування бізнес-структури на ринку через пропонований продукт чи послугу. Такий підхід є доцільним за умови реалізації ефективної програми маркетингових заходів, що передусє виведенню інноваційного продукту на ринок. Тобто, у споживачів уже сформована потреба у інноваційному продукті, а його цінність усвідомлена і сприйнята. Відповідно інноваційна бізнес-структура зможе досягти конкурентних переваг на ринку у певний проміжок часу, який можливо буде пролонгувати пропонуючи споживачам додаткові послуги та сервіси;

2) позиціонування бізнес-структури на ринку через персоналу, що продукує і пропонує продукт чи послугу. Такий підхід є доцільним за умови, коли попит на інноваційний продукт не сформований, але, на основі отриманих результатів проведеного аналізу конкурентного ринку, у бізнес-структури є можливість оперативно зайняти нову нішу на ринку, відповідно попит на новий продукт може бути сформований безпосередньо під час його виведення на ринок, шляхом його позиціонування через відомих розробників такого продукту.

На нашу думку, формула успішного управління конкурентоспроможністю інноваційної бізнес-структури складається із: комплексного аналізу діяльності інноваційної бізнес-структури; закріплення конкурентних переваг інноваційної бізнес-структури на ринку через унікальну торгову пропозицію; реалізації конкурентної стратегії; формування управлінських рішень щодо

підвищення конкурентоспроможності інноваційної бізнес-структури крізь призму конкурентоспроможності та інноваційності персоналу.

Література

1. *Клименко С.М.* Управління конкурентоспроможністю підприємства: навч. посібник / С.М. Клименко, О.С. Дуброва, Д.О. Барабась та ін. - К.: КНЕУ, 2006. - 525 с.
2. *Данильченко С.С.* Концептуальні положення методики формування системи управління ефективністю підприємства / С.С. Данильченко // Економічна організація та економічна освіта: взаємообумовленість стратегій розвитку: зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конф., присвяч. 100-річчю від дня народж. Бухала С.М., 7-8 лютого 2007 р. – К.: КНЕУ, 2007. – С. 257-259.
3. Управління ефективністю функціонування і розвитку підприємств: монографія / [Г.О. Швиданенко, І.М. Репіна, В.П. Кукоба та ін.]. – К.: КНЕУ, 2016. – 397 с.
4. *Солнцев С.О.* Формування та оцінювання збалансованості портфеля бізнесів підприємства / С.О. Солнцев, К.Ю. Яворська. – К.: НТУ «КПІ», 2012. – С. 401-402.

УДК 338.443:338.49

Юлія Самойлик

*к.е.н., доцент, докторант кафедри економіки підприємства,
Полтавська державна аграрна академія,
iuliia.samoilyk@gmail.com*

СОЦІАЛЬНІ КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ СФЕРИ

СОЦИАЛЬНЫЕ КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ АГРОПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ СФЕРЫ

SOCIAL EVALUATION CRITERIA THE RESULTITABILITY OF THE AGRICULTURE FOOD SPHERE

Анотація. Набули подальшого розвитку підходи щодо оцінювання результативності розвитку агропродовольчої сфери національної економіки. Проведено порівняння існуючих соціальних критеріїв оцінювання даного сектору економіки на законодавчому рівні. Здійснено розрахунки в розрізі основних видів продуктів харчування та виявлено тенденції їх споживання в ретроспективі.

Анотация. Получили дальнейшего развитие подходы к оценке результативности развития агропродовольственной сферы национальной экономики. Проведено сравнение существующих социальных критериев оценки данного сектора экономики на законодательном уровне. Осуществлены расчеты в разрезе основных видов продуктов питания и выявлены тенденции их потребления в ретроспективе.

Annotation. Further development approaches have been developed to assess the impact of the agri-food sector of the national economy development. A comparison of existing social criteria for assessing this sector of the economy at the legislative level has been made. Calculations are made by main types of food products and trends in their consumption in retrospect are revealed.

Основним критерієм, що характеризує рівень розвитку агропродовольчого ринку, є обсяг споживання основних продуктів в розрахунку на одну особу. Даний показник характеризує рівень продовольчої безпеки, задоволеність найнижчого рівня потреб – фізіологічних, культуру споживання, традиції, а також передумови до здоров'я нації. Проблема споживання основних видів продуктів харчування виходить за межі лише фізіологічних потреб, а більше перетворюється в економічну. Платоспроможність населення, схильність до споживання і заощадження більшою мірою визначають обсяг і структуру споживання, ніж необхідність задоволення фізіологічних потреб.

Розробкою норм споживання основних видів продуктів в Україні займається низка експертів на державному рівні, зокрема це Міністерство охорони здоров'я. Так, МОЗ України

було затверджено “Рекомендовані раціональні норми споживання основних продуктів харчування на душу населення на 2005-2015 роки” [8], при цьому, дана установа пропонує застосовувати визначення “Орієнтовний набір основної продовольчої сировини і харчових продуктів забезпечення у середньому на душу населення України на 2005-2015 роки” без зміни кількісних показників таких наборів. Постановою Кабінету Міністрів України від 05.12.2007 № 1379 “Деякі питання продовольчої безпеки” затверджено методику визначення основних індикаторів продовольчої безпеки, а також дано розпорядження Міністерству охорони здоров’я визначати кожні п’ять років рекомендовані раціональні норми споживання основних продуктів у середньому на одну особу [7]. При цьому, Міністерство економічного розвитку і торгівлі має готувати та оприлюднювати щороку до 1 вересня наступного періоду звіт про стан продовольчої безпеки України. Можна простежити певну невідповідність соціальних стандартів щодо споживання продуктів харчування. МОЗ України відповідно до частини другої статті 3 Закону України “Про прожитковий мінімум” [1], керуючись пунктом 8 Положення про Міністерство охорони здоров’я України, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 25 березня 2015 року № 267 [4], затверджено “Норми фізіологічних потреб населення України в основних харчових речовинах і енергії” від 03.09.2017 р. № 1073, зареєстрований Міністерством юстиції 02 жовтня 2017 р. за № 1206/31074 [2], що стало підставою до втрати чинності наказу Міністерства охорони здоров’я України від 18 листопада 1999 року № 272 “Про затвердження Норм фізіологічних потреб населення України в основних харчових речовинах та енергії”, зареєстрованого в Міністерстві юстиції України 02 грудня 1999 року за № 834/4127 [3].

Також норми споживання продуктів харчування розглядаються у Постанові Кабінету Міністрів України від 14.04.2000 р. № 656 “Про затвердження наборів продуктів харчування, наборів непродовольчих товарів та наборів послуг для основних соціальних і демографічних груп населення” [6], яка втратила чинність відповідно до Постанови Кабінету Міністрів України 11.10.2016 р. № 780 “Про затвердження наборів продуктів харчування, наборів непродовольчих товарів та наборів послуг для основних соціальних і демографічних груп населення” [5]. Якщо порівняти вище перелічені стандарти, то можна виявити певні відмінності в рекомендаціях щодо харчування, однак в даних документах не обґрунтовані чинники, які могли б зумовити дані зміни. Норми споживання мають переглядатися кожні п’ять років, на практиці це відбулося через 16 років. Таким чином, можна порівняти норми споживання та визначити тенденції щодо задоволення потреб населення України в основних продуктах харчування (табл.1).

Таблиця 1

ПОКАЗНИКИ ДИНАМІКИ ОБСЯГІВ ВИРОБНИЦТВА ОСНОВНИХ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ В РОЗРАХУНКУ НА ОДНУ ОСОБУ, кг, 1990-2016 рр.

Види продуктів харчування	Мінімальні норми КМУ		Раціональні норми [8]	Роки										2016 р. у % до 2012 р.
	2000 р. [6]	2016 р. [5]		1990	1995	2000	2010	2012	2013	2014	2015	2016		
М’ясо і м’ясопродукти	52	51,9	80	68	39	32,8	52	54,4	56,1	54,1	50,9	51,4	94,5	
Молоко і молокопродукти	341	327,6	380	373	244	199,1	206,4	214,9	220,9	222,8	209,9	209,5	97,5	
Яйця, штук	231	220	290	272	171	166	290	307	309	310	280	267	87,0	
Хліб і хлібопродукти	94	94,7	101	141	128	124,9	111,3	109,4	108,4	108,5	103,2	101	92,3	
Картопля	96	95	124	131	124	135,4	128,9	140,2	135,4	141	137,5	139,8	99,7	
Овочі й баштанні	105	110	110	103	97	101,7	143,5	163,4	163,3	163,2	160,8	163,7	100,2	
Плоди, ягоди, виноград	68	85,2	90	47	33	29,3	48	53,3	56,3	52,3	50,9	49,7	93,2	
Риба і рибопродукти	12	13,7	20	18	3,6	8,4	14,5	13,6	14,6	11,1	8,6	9,6	70,6	
Цукор	32	30,6	38	50	32	36,8	37,1	37,6	37,1	36,3	35,7	33,3	88,6	
Олія	8	8,1	13	12	8,2	9,4	14,8	13	13,3	13,1	12,3	11,7	90,0	

Як свідчать показники табл. 1, мінімальні норми споживання основних продуктів харчування в Україні суттєво нижчі раціональних норм. При цьому, фактичний рівень споживання нині є суттєво нижчим за раціональні норми та показник 1990 р. Споживання м’яса і

м'ясопродуктів у 2016 р. в цілому відповідало показникам Кабінету міністрів України, також в межах норми є споживання цукру. Значно менше потреби споживається молока і молокопродуктів, плодів, ягід, винограду, риби і рибопродуктів. У межах раціональної норми знаходиться споживання хліба і хлібобулочних виробів. Щодо картоплі, овочів і баштанних, олії, то ці продукти споживаються в надлишку. Порівняно із мінімальною нормою споживання у 2016 р. молока і молокопродуктів споживають на 36,1 % менше норми, плодів, ягід, винограду – на 41,7 %, риби і рибопродуктів – на 29,9 %. Яець споживається на 21,4 % більше норми, картоплі – на 47,2 %, овочів і баштанних – на 48,8 %, олії – на 44,4 %.

Отже, досягнутий рівень розвитку агропродовольчої сфери наразі не забезпечує в повній мірі потреби населення у продуктах харчування, насамперед мова йде про м'ясо і м'ясопродукти, рибу та рибопродукти, а також плоди, ягоди, виноград. Для збільшення обсягів виробництва цієї продукції Україна має необхідний інноваційно-ресурсний потенціал, тому доцільно зробити дані сегменти агропродовольчого ринку пріоритетними.

Література

1. Закон України “Про прожитковий мінімум” від 15.07.1999 № 966-XIV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/966-14>.
2. Наказ Міністерства охорони здоров'я України “Про затвердження Норм фізіологічних потреб населення України в основних харчових речовинах і енергії” від 03.09.2017 р. № 1073, зареєстрований Міністерством юстиції 02 жовтня 2017 р. за № 1206/31074 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z1206-17>.
3. Наказ Міністерства охорони здоров'я України “Про затвердження Норм фізіологічних потреб населення України в основних харчових речовинах і енергії” від 18.11.1999 року № 272, зареєстрованого в Міністерстві юстиції України 02 грудня 1999 року за № 834/4127 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0834-99>
4. Постанова Кабінету Міністрів України “Про затвердження Положення про Міністерство охорони здоров'я України” від 25 березня 2015 року № 267 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/267-2015-%D0%BF>
5. Постанова Кабінету Міністрів України “Про затвердження наборів продуктів харчування, наборів непродовольчих товарів та наборів послуг для основних соціальних і демографічних груп населення” від 11.10.2016 р. № 780 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/780-2016-%D0%BF>.
6. Постанова Кабінету Міністрів України “Про затвердження наборів продуктів харчування, наборів непродовольчих товарів та наборів послуг для основних соціальних і демографічних груп населення” від 14 квітня 2000 р. № 656 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/656-2000-%D0%BF>.
7. Постанова Кабінету Міністрів України “Деякі питання продовольчої безпеки” від 05.12.2007 № 1379 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1379-2007-%D0%BF>
8. Рекомендовані раціональні норми споживання основних продуктів харчування на душу населення на 2005-2015 роки, затвержені Міністерством охорони здоров'я України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://dostup.pravda.com.ua/request/27338/response/51411/attach/3/SCAN%20114762...pdf>

УДК 658

Аліна Семенчук
к.е.н., доцент кафедри економіки підприємств,
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,
semenchuk15alina@gmail.com

КОНКУРЕНТНА ДІАГНОСТИКА ФУНКЦІОНУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМСТВА

**КОНКУРЕНТНАЯ ДИАГНОСТИКА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ
ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

COMPETITION DIAGNOSTICS OF FUNCTIONING OF INNOVATIVE ENTERPRISE

Анотація. Конкурентну діагностику звикли розглядати як оцінку рівня і прогноз конкурентоспроможності підприємства на діючому ринку під впливом сил конкуренції. Такі аналітичні процеси дозволяють управлінцям визначити шанси інноваційного підприємства в даному сегменті й формують умови для оптимальнішого використання існуючих ресурсів при взаємодії з конкурентами.

Аннотация. Конкурентную диагностику привыкли рассматривать как оценку уровня и прогноз конкурентоспособности предприятия на рынке продукта под воздействием факторов конкуренции. Такие аналитические процедуры позволяют руководителям оценить шансы инновационного предприятия в данном сегменте и формируют условия для рационального использования существующих ресурсов при взаимодействии с конкурентами.

Annotation. Competitive diagnostics are accustomed to consider as an assessment of the level and forecast of the competitiveness of the company in the product market under the influence of competition factors. Such analytical procedures allow managers to evaluate the chances of an innovative enterprise in this segment and create conditions for more rational use of existing resources in interaction with competitors.

Сучасна геополітична ситуація в Україні і в світі висуває нові умови ведення підприємницької діяльності та необхідність вітчизняних суб'єктів бізнесу відповідати вимогам глобального ринку та бути конкурентоспроможними та інноваційними на ньому. На практиці механізм управління перевагами над конкуруючими інноваційними підприємствами особливий інтерес займає конкурентна діагностика головних характеристик та факторів, які ідентифікують активність конкуренції. Такі аналітичні процеси дозволяють управлінцям визначити шанси інноваційного підприємства в даному сегменті й формують умови для оптимальнішого використання існуючих ресурсів при взаємодії з конкурентами. Прикладний аспект таких процедур потребує не менш важливої технології вивчення та аналізу функціонування конкурентів як головної частини інноваційного конкурентного середовища підприємства. Коректне оцінювання такого середовища є головним фактором, за яким діють ринкові механізми інноваційних товарів, які створюють багатоваріантність асортименту та вищий рівень якості товарів і послуг. Підприємству необхідно систематично здійснювати моніторинг і конкурентну діагностику.

Питанням дослідження багатоаспектності діагностики конкурентного середовища та оцінювання функціонування підприємства присвячено безліч праць відомих іноземних та українських науковців: А. Сміт, Д. Рікардо, К. Маркс, А. Маршалл, Д. Робінсон, Е. Чем-берлін, С. Брю, Дж. Кейнс, І. Кірцнер, К. Макконнелл, Дж. Мілль, Ф. Найт, А. Пігу, М. Портер, П. Хайне, Л. Невіл, К. Фляйшер, Б. Бенсуссан, Р. Фатхутдінов, П. Єщенко, С. Мочерний та ін. [1]. Але всі вони виділяють різні методи оцінювання окремих елементів конкурентного середовища. Необхідно зауважити, що за останні 10-15 років виникли та набувають подальшого розвитку нові методологічні підходи щодо забезпечення довгострокового успіху підприємств у інноваційному середовищі. Серед панівних у сучасній управлінській теорії слід пригадати ідею "співконкуренції" Б. Нейлбаффа та А.Бранденбургера [2], концепцію ключових компетенцій Г.Хамела та К.Прахалада [3], триваючий розвиток теорії конкурентних переваг М.Портера. Не відстають від зарубіжних дослідників вітчизняні науковці та їх колеги з країн пострадянського простору [4;5]. Зазвичай діагностика асоціюється з процесом оцінювання становища та результативності функціонування підприємства за допомогою сукупності дослідницьких, аналітичних та пошукових дій, які направлені на ідентифікацію і прогнозування диспропорцій у фінансових виробничих, й управлінських процесах, у застосуванні наявних ресурсів та потенціалу підприємства що в наслідку допоможе передбачити економічні спади на підприємстві. Процес діагностики конкурентного середовища інноваційного підприємства інтенсифікує всі ці процеси. За роки багаторічних досліджень на жаль в сучасній літературі науковці не дійшли згоди щодо виділення кола ефективних методів конкурентної діагностики. Що підтверджує ще більшу актуальність виокремлення методів конкурентної діагностики функціонування інноваційного підприємства.

Деякі науковці визначають конкурентну діагностику як оцінку рівня і прогноз конкурентоспроможності підприємства на діючому ринку під впливом сил конкуренції, а також ідентифікування, окреслення характеру, ознак, визначення причин потенційних відхилень у конкурентному середовищі. Результатом діагностики функціонування інноваційного підприємства повинен бути діагноз, ні що інше як ідентифікація та характеристика поточного стану конкурентного середовища на якому діє інноваційна бізнес-одиниця, з прогнозуванням подальших дій [6].

Інші ж розглядають діагностику конкурентного середовища інноваційного підприємства, як врахування можливостей та загроз внаслідок впливу на діяльність такого підприємства чинників зовнішнього середовища, а також усвідомлення сильних і слабких внутрішніх сторін, що дає змогу підвищити його конкурентоспроможність, передбачити і, таким чином, знизити частину ризиків у господарській діяльності підприємства.

Г. Л. Багієв розглядає конкурентну діагностику як найбільш складну, але необхідну частину аналізу ринку. При цьому основними показниками аналізу конкуренції, на його думку, є обсяги реалізації продукції підприємствами конкурентами на конкретному ринку, використовувані маркетингові стратегії й можливості фінансової підтримки, специфіка розширення меж товарних груп, зростання ринку існуючого продукту на основі використання підприємствами поліпшуваних інновацій [7].

Закордонні науковці характеризують конкурентну діагностику як головний механізм конкурентного аналізу інноваційних підприємств та наполягають на прослідковуванні факторів впливу конкурентів враховуючи розмір частки ринку, стратегій позиціонування, характеристик товару.

Найчастіше під конкурентною діагностикою інноваційного підприємства розуміють визначення рівня конкурентоспроможності підприємства або його продукції, ідентифікацію конкурентних переваг, уміння вести успішну конкурентну боротьбу на ринку інновацій. Але є ще й інші аспекти конкурентної діагностики, такі як аналіз існуючого та потенційного конкурентного ринкового середовища інноваційного підприємства, на якому воно функціонує. Також, конкурентну діагностику розглядають як комплекс методів, які базуються на аналізованні динаміки основних показників результатів діяльності функціонування підприємства з метою формування дієвої стратегії розвитку інноваційного підприємства. Але ефективність такої діагностики залежить від якості та кількості використаних методів конкурентного аналізу. Тобто, не можна здійснити ефективний конкурентний аналіз інноваційного середовища використовуючи один метод або групу методів (наприклад, тільки графічні). Конкурентна діагностика повинна містити в собі комплекс аналітичних, графічних, матричних та фінансових методів для ідентифікації стійких конкурентних переваг інновацій, сильних сторін і можливостей інноваційного підприємства для формування ефективної конкурентної боротьби та утримання позицій лідера на ринку інновацій.

Конкурентна діагностика є сукупність методів аналітичної оцінки зовнішнього середовища функціонування інноваційного підприємства, які створюються з врахуванням головних внутрішніх чинників, що відображають інноваційність діяльності підприємства, а також притаманних кожному такому підприємству змінних факторів, серед яких рівень інтенсивності конкуренції, цільовий ринок, обсяг інформації, вид діяльності, життєвий цикл товару, галузева ланка функціонування, доцільність стратегічних намірів і цілей.

Ринкова конкурентна ситуація у зв'язку з динамічним розвитком інновацій примушує підприємства постійно ідентифікувати та пристосовуватись до змін, аналізувати причини та динаміку їх появи. Такими методами підприємство має змогу проаналізувати свої можливості та можливості головних конкурентів, створити раціональну маркетингову стратегію, з точки зору прибутковості, яка спрямована на формування та утримання власних конкурентних переваг. В результаті здійснення такої діагностики має бути ідентифіковано поточний та перспективний механізм розвитку конкуренції на ринку, що аналізувався. Враховуючи такі результати діагностики, формують перелік пріоритетних маркетингових дій щодо підвищення рівня конкурентного потенціалу інноваційного підприємства. Конкурентна діагностика як процедура ідентифікації слабких і сильних сторін головних ринкових учасників дає можливість привести у відповідність існуючі стратегічні можливості підприємства з детермінантами головних конкурентів.

Література

1. Швиданенко Г. О. Конкурентна діагностика / Г. О. Швиданенко // Економіка підприємства: теорія та практика : зб. матеріалів III Міжнар. наук.-практ. конф. 21 жовт. 2010 р. / М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана» ; редкол.: Г. О. Швиданенко (відп. за вип.) [та ін.]. – Київ : КНЕУ, 2010. – С. 357–359.
2. Нейлбафф Б., Бранденбургер А. Сотрудничество конкурентов / Нью-Йорк, Doubleday, 1996.
3. Прахалад К.К., Хэмел Г. Стержневые компетенции корпорации (в книге Минцберга Г., Куинна Дж., Гошала С. Стратегический процесс / Пер. С англ. Под ред. Ю.Н. Каптуревского.- СПб: Питер, 2001. - с. 112-123).
4. Копылов Алексей Владимирович. Формирование и оценка стратегических ресурсов предприятий : Дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 : Волгоград, 2001 131 с. РГБ ОД, 61:02-8/507-7
5. Верба В.А. Систематизація активів підприємства: стратегічний аспект // Економіка: проблеми теорії та практики: збірник наукових праць. Випуск 220: Том II. - Дніпропетровськ: ДНУ, 2006. - С. 493-501.
6. Економічна діагностика. С.М. Глухарев, Конспект лекцій з курсу «Економічна діагностика» (для студентів 5 курсу денної і 6 курсу заочної форм навчання спеціальності 7.050107, 8.050107 – «Економіка підприємства») / Укл.: Глухарев С. М. – Харків: ХНАМГ, 2008 – 118 с.
7. Маркетинг. Багиев Г.Л., Тарасевич В.М. Учебник для вузов. 3-е изд. — СПб.: Питер, 2010. — 576 с.

УДК 336.71

Юлія Стрільчук
аспірантка кафедри банківської справи,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима
Гетьмана»,
juliastrilchuk@gmail.com

ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОГО КРЕДИТУВАННЯ НАСЕЛЕННЯ В УКРАЇНІ У КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОЛОГІЧНОЇ СКЛАДОВОЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ БАНКОВСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ В КОНТЕКСТЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

PROSPECTIVE WAYS OF BANK LENDING TO INDIVIDUALS DEVELOPMENT IN UKRAINE IN TERMS OF ACHIEVEMENT OF ECOLOGICAL GOALS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Анотація. Визначено перспективні напрямки розвитку банківського кредитування населення в Україні, що сприятимуть забезпеченню досягнення окремих цілей сталого розвитку.

Анотация. Определены перспективные направления развития банковского кредитования населения в Украине, которые способствуют достижению отдельных целей устойчивого развития.

Abstract. The author shows particular directions of bank lending to individual development in Ukraine, which help to achieve some sustainable development goals.

Економічний розвиток країни виступає важливою передумовою для успішної конкурентної боротьби в глобальному економічному середовищі. У своїй праці «Теорія економічного розвитку» Й. А. Шумпетер порівнює економічний розвиток та економічне зростання і показує концептуальну відмінність між ними.

Економічний розвиток, на думку Й. А. Шумпетера, можливий лише завдяки якісним, а не кількісним змінам в економіці, створенню інновацій. Звичайний ріст економіки, який виражається у зростанні населення та багатства, не розглядається як процес розвитку, оскільки він не породжує якісно нові явища, а лише дає поштовх процесам їхнього пристосування. Розвиток же трактується як інакше застосування наявних у економіці запасів ресурсів, здійснення їх нових комбінацій [0, с. 154, 161]. Таким чином можна зробити висновки, що економічний розвиток, який передбачає наявність та запровадження інновацій, слугує також основою для економічного зростання.

У сучасній міжнародній науковій спільноті значна увага приділяється сталому розвитку. Загальноприйнятим визначенням сталого розвитку, яке було вперше опубліковане у доповіді Всесвітньої комісії з довкілля та розвитку «Наше спільне майбутнє» у 1987 році, є таке: «сталий розвиток — це розвиток, який задовольняє потреби нинішнього покоління без шкоди для можливості майбутніх поколінь задовольняти свої власні потреби. Він включає в себе два ключові поняття: потреби бідних, яким повинен віддаватися пріоритет, та обмеження щодо здатності навколишнього середовища задовольняти потреби сьогодення та майбутнього» [0, с. 7].

На відміну від теорії економічного зростання парадигма сталого економічного розвитку передбачає врахування екологічних, економічних та соціальних складових розвитку у комплексі.

Важливе значення у вирішенні проблем сталого розвитку має фінансовий сектор, а особливо банківська система, зважаючи на те, що кредитори приймають рішення щодо пріоритетних галузей, у які направляються кошти, тим самим стимулюючи їхній розвиток, а також справляють значний вплив на соціальну сферу. Необхідно звернути увагу на те, що банківське кредитування населення має вплив на економічну та соціальну сферу, а також на екологічну складову, який проявляється через стимулювання впровадження та поширення використання населенням енергозберігаючих технологій за допомогою окремих цільових кредитів для фізичних осіб та ОСББ [0, с. 85].

Слід зауважити, що кожна із поставлених цілей сталого розвитку, визначених Самітом ООН, передбачає ряд завдань, на виконання окремих з яких безпосередньо впливає розвиток банківського кредитування населення, вибір банками пріоритетних напрямків розвитку у даному сегменті бізнесу.

За допомогою банківського кредитування населення можуть бути зроблені певні зрушення у досягненні деяких цілей сталого розвитку, що стосуються збереження екології, довкілля. Програми банківського еко-кредитування населення можуть бути використані з метою виконання таких завдань сталого розвитку як 7.3 «До 2030 року подвоїти глобальний показник підвищення енергоефективності» та 12.с «Рационалізувати неефективне субсидування використання викопного палива, що веде до його марнотратного споживання, за допомогою усунення ринкових диспропорцій з урахуванням національних умов...» [0]. Цільовим призначенням кредиту у рамках таких програм є придбання чи встановлення енергозберігаючих матеріалів, технологій, обладнання, утеплення будинків тощо. В Україні такі програми кредитування населення запровадили лише деякі банки. ПАТ «Ощадбанк» виступав у ролі уповноваженого банку державної програми енергоефективності на 2010 – 2015 рр., а також продовжує кредитувати фізичних осіб для придбання енергозберігаючих матеріалів, котлів, сонячних батарей та малих вітрогенераторів [0, 0]. ПАТ «Укргазбанк» пропонує фізичним особам кредити на придбання сонячних електростанцій і теплових насосів (програма «Еко-енергія») та кредити на придбання енергоефективного обладнання або матеріалів (програма «Еко-оселя») [0]. Даний напрямок кредитування є досить перспективним та дозволяє прискорити досягнення певних цілей сталого розвитку, сприяє виробництву електроенергії з альтернативних джерел, поширенню використання енергозберігаючих технологій серед населення, що веде до зменшення використання невідновлюваних природних ресурсів.

Наступне завдання у рамках цілей сталого розвитку, виконання якого може сприяти банківське кредитування населення є 11.6 «До 2030 року зменшити негативний екологічний вплив міст у перерахунку на одну особу населення, в тому числі шляхом приділення особливої уваги якості повітря і видаленню міських та інших відходів» [0]. Забезпеченню виконання даного завдання може слугувати кредитування населення на придбання електромобілів, які не мають викидів шкідливих речовин у атмосферу. Збільшення кількості електромобілів сприятиме зменшенню забруднення атмосфери викидами газів, покращенню якості повітря. Ринок електромобілів розширює свої обсяги в Україні. З огляду на це даний напрямок кредитування

має перспективи розвитку. У продуктовому ряді ПАТ «Ощадбанк» вже наявний кредит «на електромобілі» [0]. Варто зауважити, що кредитування на придбання електромобілів може бути розширене завдяки створенню партнерських програм з автосалонами, що забезпечить прискорення його розвитку.

Отже, банківське кредитування населення за розглянутими напрямками має позитивний вплив на досягнення прийнятих Україною окремих цілей сталого розвитку, його екологічну та соціальну складову. Держава зацікавлена у досягненні сталого розвитку, тому, на нашу думку, є необхідність у розробці та реалізації спільних програм банків з державою щодо кредитування населення, а також розвиток пільгових програм кредитування спочатку у державних банках. Слід зауважити, що впровадження банком пільгових програм кредитування показує корпоративну соціальну відповідальність банку і залежить виключно від його стратегії, менеджменту. Тому необхідне сприяння держави для впровадження та поширення таких практик по всій території України шляхом податкових пільг, фінансової підтримки позичальників, впровадження державних програм, що стимулюють позичальників до придбання енергозберігаючих товарів, а також тих, що не забруднюють довкілля замість інших товарів-замінників у кредит. Банківське кредитування населення може виступати одним із інструментів досягнення поставлених завдань та цілей і використовуватися у складі державних заходів щодо досягнення сталого розвитку [0, с. 87].

Отже, розвиток та впровадження інноваційних напрямків банківського кредитування населення в Україні є необхідною складовою досягнення визначених цілей сталого розвитку. Водночас зазначені напрямки сприяють поживленню попиту населення і, таким чином, стимулюють розширення виробництва інноваційних продуктів.

Література

1. Кредити від Ощадбанку [Електронний ресурс]. — Офіційний сайт ПАТ «Ощадбанк». — Режим доступу: <https://www.oschadbank.ua/ua/private/loans/>
2. Кредити на придбання сонячних електростанцій і теплових насосів [Електронний ресурс]. — Офіційний сайт ПАТ «Укргазбанк». — Режим доступу: http://www.ukrgasbank.com/private/credits/eco_energy/
3. Ощадний дім [Електронний ресурс]. — Офіційний сайт ПАТ «Ощадбанк». — Режим доступу: https://www.oschadbank.ua/ua/private/loans/oschad_home/
4. Програми енергоефективності за участі ПАТ «Ощадбанк» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.ekosystem.lviv.ua/upload-files/golovna/Kredutuvanja_.pdf
5. Стрільчук Ю. І. Банківське кредитування населення у забезпеченні сталого розвитку / Ю. І. Стрільчук // Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наукових праць. — Вип. 7-8 (194-195). — К., 2017. — с. 84-91.
6. Цілі сталого розвитку 2016 — 2030 [Електронний ресурс]. — Офіційний сайт ООН в Україні. — Режим доступу: <http://www.un.org.ua/ua/tsili-rozvytku-tysiacholittia/tsili-staloho-rozvytku>
7. Шумпетер Й. А. Теория экономического развития / Й. А. Шумпетер. — М. : Директмедиа Паблішинг, 2008. — 355 с.
8. The 21st Century Corporation: The Ceres Roadmap for Sustainability [Електронний ресурс]. — Офіційний сайт CERES. — Режим доступу: <https://www.calpers.ca.gov/docs/governance/2010/ceres-roadmap-for-sustainability.pdf>

УДК 330 341

Ганна Янголь
аспірантка кафедри економіки підприємств,
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,
anna.buglak@gmail.com

**ВИМІРЮВАННЯ СТРАТЕГІЧНОЇ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ
МЕТАЛУРГІЙНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ**

ИЗМЕРЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОЙ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ МЕТАЛЛУРГИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

STRATEGIC PERFORMANCE MEASUREMENT OF THE STEEL INDUSTRY ENTERPRISES

Анотація. Визначено концептуальні основи стратегічного управління підприємств металургійної галузі. Запропоновано авторську методику вимірювання інтегрального показника стратегічної результативності. Представлено матеріали порівняльного аналізу результативності діяльності найбільших в світі металургійних підприємств.

Аннотация. Определены концептуальные основы стратегического управления предприятий металлургической отрасли. Предложена авторская методика измерения интегрального показателя стратегической результативности. Представлены материалы сравнительного анализа результативности крупнейших в мире металлургических компаний.

Abstract. This paper defines the conceptual foundations of the strategic management of steel companies. Proposes the author's methodology for measuring the integrated indicator of the strategic performance. Presents a comparative analysis of the performance of the world largest steel companies.

Важливість металургійної промисловості слід розглядати в контексті прогресивної промислової політики. Сталь є одним з основних факторів економічного успіху та основою світової стійкості завдяки фінансово стійкій галузі, яка керується екологічною, соціальною та економічною відповідальністю. Генерація вартості по ланцюжку створення вартості сталі, перш за все, пов'язана з якістю продукції, що виробляється, яка залежить від інноваційності виробничих процесів і нової якісної продукції.

Однією з ключових проблем, що визначається платформою для сталевих технологій, є попит на нові кваліфікації, включаючи навички в області підприємництва і управління. Ці кваліфікації мають вирішальне значення для того, щоб підприємства стали більш інноваційними, розробляли нові продукти і підвищували результативність виробничих процесів. Інноваційне підприємництво для металургії - це метод адаптації до динамічно мінливих ринкових умов, а також підвищення конкурентоспроможності, котра потребує постійного створення і впровадження інноваційних рішень і продукції. У глобальному масштабі металургійна промисловість витрачає понад 15 млрд. дол. США в рік на вдосконалення процесів, розробку нових продуктів і майбутні проривні технології [1]. Згідно з показником інноваційної активності сектора [2] щодо загальної результативності інновацій, відповідно до NACE, у 2017 р. галузь отримала середній результат. Варто зазначити, що світові лідери галузі (Nippon Steel, Nucor, Posco й ін.) домоглися розвитку й успіху на ринку саме завдяки створенню нових технологій та інновацій, що демонструють їх технологічне підприємництво і креативність.

Відсутність чіткої стратегії розвитку української металургійної галузі, орієнтованої на майбутнє, призводить до короткострокового, непродуманого й руйнівного управління, яке обмежує промисловий інноваційний розвиток [4]. Вітчизняним металургам необхідно комплексно переформувати свій погляд на металургійну промисловість, у більшості яких вона асоціюється з відсталою пострадянсько-наслідуваною галуззю, зосередженій лише на максимізації обсягу випуску. Перш за все, необхідно розуміти широкі горизонти використання металевої продукції у світі, її інноваційноорієнтований характер та великі потенціальні можливості у майбутньому, які можна спостерігати вже сьогодні. Зміна погляду на саму продукцію, її характеристики та перспективи, мають призвести до змін у якісному управлінні металургійних вітчизняних компаній та переорієнтації їх на результативні досягнення у майбутньому. Оцінити ж відповідність результативності інноваційної діяльності сучасним світовим тенденціям українські металургійні підприємства можуть через вимірювання своєї стратегічної результативності.

Ефективним інструментом оцінки стратегічної результативності є принцип стратегічного вимірювання. Стратегічне вимірювання означає процес ідентифікації, збору, зв'язку та оцінки обраних показників стратегічної результативності, що безпосередньо пов'язані з виконанням місії компанії. Принцип стратегічного вимірювання тісно пов'язаний із положенням концепції вимірювання результативності, яка має на меті об'єднати наявні показники у різних сферах діяльності (інновації, виробництво), а також для оцінки результативності компанії на кожному

організаційному рівні. На Рис. 1 представлено модель стратегічного виміру, яка допоможе визначити показники, критичні для успіху підприємств металургійної галузі та задля виміру їх інтегральної стратегічної результативності.



Рис. 1. Модель стратегічного виміру підприємств металургійної галузі

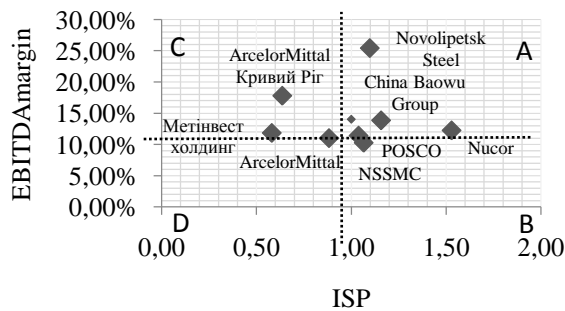
Синергію взаємодію ключових показників результативності, що впливають і визначають фінансово-економічну, технологічну, екологічну та соціальну результативність металургійних груп, можна виміряти за допомогою розрахунку інтегральної стратегічної результативності діяльності, яка може бути розрахована за наступною формулою:

$$ISP = \frac{\sum_{i=1}^n \frac{KSPI_i}{KSPI_{ref_i}} \times C_{IO}}{n}. \quad (1), \quad \text{де } C_{IO} = \sum_{B=1}^k (C_{IB} \times C_{BO}) \quad (2),$$

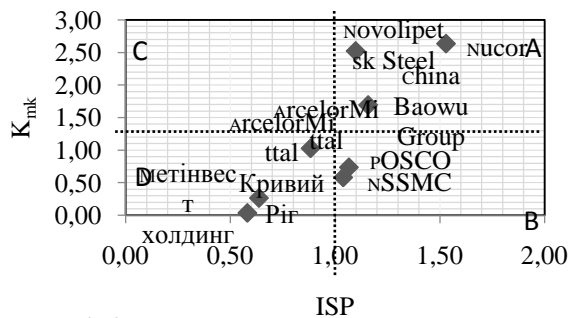
де ISP - інтегральна стратегічна результативність, $KSPI_i$ - і-ий ключовий показник стратегічної результативності, $KSPI_{ref_i}$ - еталонне чи середнє значення $KSPI_i$, n - кількість обраних для розрахунку $KSPI$; C_{IO} - внесок і-ого $KSPI$ у досягнення стратегічної цілі O; C_{IB} - відносний внесок $KSPI_i$ у ключову стратегічну перевагу B, C_{BO} - відносний внесок ключової стратегічної переваги B у досягнення стратегічної цілі O, O - стратегічна цілі підприємства; B - ключова стратегічна перевага, k - загальна кількість ключових переваг. З метою порівнянності та знаходження взаємозв'язків для інтегрованості оцінки, показники внеску доцільно дорівнювати одиницям ($C_{IO} = 1$).

При спрямованості компанії на досягнення максимально можливих найкращих результатів, значення IPS необхідно трактувати наступним чином: $IPS > 1$ - висока стратегічна результативність (бізнес-модель компанії повністю відповідає її стратегічним цілям та не потребує змін); $IPS = 1$ - оптимальна/задовільна стратегічна результативність (поставлені стратегічні цілі повністю досягнуто, ймовірність переслідування попередньої стратегії або виявлення нових цілей та ключових переваг, розвиток інноваційних процесів); $IPS < 1$ - низька стратегічна результативність (необхідні: перегляд стратегії підприємства, інноваційної діяльності, визначення ключових переваг, переформування бізнес-моделі, оптимізація бізнес-процесів).

Для визначення важливості $KSPI_i$ у загальному рівні стратегічної результативності, доцільно знайти коефіцієнт кореляції між ним та IPS підприємств - лідерів галузі. Таким чином можна виявити ключові фактори успіху обраної промисловості загалом, на оптимізацію яких потрібно зосереджувати увагу менеджменту окремого підприємства, надалі встановлюючи їх у стратегічні цілі. У рамках авторського дослідження було розраховано IPS світових та українських лідерів металургійної промисловості у 2016 р. та виявлено кореляційні взаємозв'язки між нею та $KSPI$ (Рис. 2). За результатом дослідження встановлено, що серед $KSPI$ фінансової стійкості найбільший вплив на IPS має коефіцієнт ринкової капіталізації (K_{mc}), при цьому інші показники прибутковості мають незначний вплив.



$r=0,024$



$r=0,696$

Рис.2. Зв'язок між рентабельністю ЕВІТДА (ЕВІТДАmargin), коефіцієнтом ринкової капіталізації (Kmk) та стратегічною результативністю (ISP) світових та українських лідерів металургійної промисловості, 2016 р.

Як видно із Рис.2, максимальне значення ISP має Nucor США (IPS=1,53), що відрізняється збалансованістю всіх ключових показників результативності та є лідером галузі у сфері екологічної ефективності та технологічних інноваціях. Таким чином, ефективне стратегічне управління металургійним підприємством полягає в гармонізації різних видів результативності та розвитком інноваційності процесів та продуктів. Незадовільні результати українських металургійних корпорацій зумовлюються низьким інноваційним рівнем технологічності процесів (відносно низькою часткою використання BOF, CC).

Представлена методика виміру стратегічної результативності базується на методі критичного успіху задля виявлення ключових показників, орієнтованих на цілі, та виявлення ключових переваг для їх досягнення. Ключовою перевагою у металургійній галузі визначено інноваційну орієнтованість підприємств. Подальше дослідження цієї методики має бути орієнтовано на її практичну перевірку.

Література

1. Machnik-Slomka J. Significance of technological entrepreneurship and creativity in metallurgical enterprises ICAL ENTERPRISES / J. Machnik-Slomka, P. Kordel. // METALURGIJA, Poland. – 2016. – №55. – С. 855–858.
2. R&D ranking of the world top 2500 companies [Електронний ресурс]. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <http://iri.jrc.ec.europa.eu/scoreboard17.html>.
3. Sanchez H. Measuring portfolio strategic performance using key performance indicators / H. Sanchez, B. Robert. // Project Management Journal. – №41. – С. 64–73.
4. Worldsteel Association [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.worldsteel.org>.

**КЛЮЧОВІ ФАКТОРИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВИХ
ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ В ГЛОБАЛЬНОМУ****КЛЮЧЕВЫЕ ФАКТОРЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ
ПРЕДПРИЯТИЙ УКРАИНЫ В ГЛОБАЛЬНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СРЕДЕ
ЭКОНОМИЧНОМУ СЕРЕДОВИЩІ****KEY FACTORS OF INNOVATION DEVELOPMENT OF INDUSTRIAL
ENTERPRISES OF UKRAINE IN THE GLOBAL ECONOMIC ENVIRONMENT**

Анотація. Досліджено динаміку позицій України в Глобальному індексі інновацій. Визначено проблеми інноваційного розвитку промислових підприємств України. Окреслено перспективні напрями політики розвитку інновацій

Аннотация. Исследована динамика позиций Украины в Глобальном индексе инноваций. Определены проблемы инновационного развития промышленных предприятий Украины. Определены перспективные направления политики развития инноваций.

Annotation. The dynamics of Ukraine's position in the Global Index of Innovations is considered. The problems of innovative development of industrial enterprises of Ukraine are defined. Perspective directions of the policy of development of innovations are outlined.

Інновації в даний час виступають ключовим фактором розвитку більшості підприємств. Інноваційну діяльність підприємства також необхідно розглядати як один з основних засобів адаптації до постійних змін зовнішнього середовища, яка забезпечується особливим процесом організації господарювання, заснованим на постійному пошуку нових можливостей поліпшення техніко-технологічних, організаційних та інших факторів виробництва.

Кризові явища, які суттєво впливають на економічні результати діяльності багатьох підприємств країни і корпорацій світу, негативно впливають на внутрішню і зовнішню середу суб'єктів бізнесу, значно гальмують і інноваційні процеси, які виступають каталізатором усіх видів діяльності. Це призводить до зниження інноваційної активності промислових підприємств, призупинення темпів науково-технічного прогресу, скорочення попиту на інноваційну продукцію, скорочення можливостей застосування прогресивних технологій, вдосконалення організації праці. В кінцевому підсумку це знижує конкурентоспроможність як продукції підприємств, так і економіки країн в цілому.

Дослідження взаємовпливу стану економічних систем на інноваційні процеси здійснювали багато вчених (А. Грінслен, Д. Сорос, Р. Скідельські, Д. Лахман, В. Лапкін, Ю. Пахомов, В. Новицький, В. Шевчук, О. Крутських, І. Макаренко та ін.). Незважаючи на проведені дослідження, варто підкреслити, що інноваційні процеси, так само як і кризові явища розвитку економічних систем, вимагають постійного моніторингу, вивчення динаміки і взаємозв'язку вже з урахуванням сучасних внутрішніх і зовнішніх умов.

Метою дослідження є вивчення впливу стану економічної системи на інноваційні процеси та інноваційну діяльність промислових підприємств.

Кризові явища стали повсякденністю для сучасних підприємств України, що функціонують в умовах нестабільної економіки тривалий період. Однак, для одних суб'єктів господарювання економічні хвилі виступали каталізатором подальшого економічного зростання, для інших - фактором посилення функціонування, що призводило до погіршення умов господарювання, збитковості або банкрутства. Слід зазначити, що у інноваційно активних підприємств спостерігалось не тільки високий потенціал розвитку, але і висока адаптивність до

зовнішніх негативних умов господарювання. Кризові явища нестабільності відбилися в рейтингу інноваційного розвитку України.

У щорічному Глобальному індексі інновацій у 2016 р. Україна піднялася на 8 позицій, зайнявши 56 місце, а у 2017 р. підйом склав ще 6 позицій (рис.1).

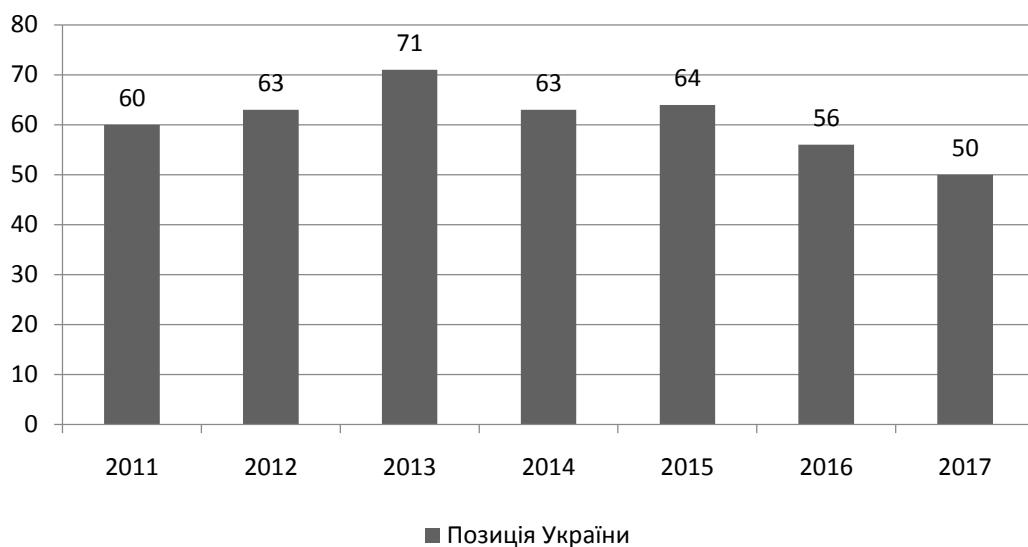


Рис. 1. Динаміка позицій України в Глобальному індексі інновацій за 2011 - 2017 рр. [1]

За десять років, протягом яких здійснювався розрахунок індексу, це вища сходинка для України. Всього в рейтинг увійшло 127 країн. Сьомий раз поспіль лідером рейтингу стала Швейцарія. За нею йдуть Швеція, Нідерланди, США, Великобританія, і Данія.

Україна в 2017 році розташувалася між Катаром і Таїландом, які займають 49 і 51 місця відповідно. Українська економіка згідно з рейтингом знаходиться в групі країн з доходом нижче середнього.

Стрибок на шість позицій в загальному рейтингу Україна забезпечили поліпшення за основними підіндексами: політична стабільність і відсутність насильства / тероризму (124 позиція), верховенство права (110 позиція), простота створення бізнесу (18 позиція), простота сплати податків (66 позиція) та ін.

У той же час негативно вплинули на індекс інновацій України в 2017 році такі показники, як ефективність уряду (96 позиція) і простота дозволу неплатоспроможності (120 позиція).

Слід зазначити, що, в рейтингу 50 найбільш інноваційних країн світу, опублікованому Bloomberg, Україна в 2017 році зайняла 42-е місце, опустившись за рік на одну позицію. Серед показників, які позитивно вплинули на місце України в рейтингу, експерти відзначили високий рівень освіти населення, сприйнятливості до нових технологій і наявності наукового потенціалу. Однак інноваційного розвитку країни заважає низька продуктивність праці і малу кількість технологічних компаній [2].

Українська промисловість володіє вагомим інноваційним потенціалом, здатним забезпечити структурну трансформацію національної економіки і високий рівень науково-технологічного розвитку країни в цілому. У той же час, в Україні досі переважаючими джерелами зростання промисловості служили резерви виробничих потужностей, які не були задіяні протягом кризового періоду, і сприятлива зовнішньоекономічна кон'юнктура. Збереження існуючої моделі розвитку промислового сектора України з орієнтацією на низькотехнологічні виробництва і експорт може привести до зниження конкурентних позицій національної економіки та подальше нарощування технологічного відставання від розвинених країн.

Фактично це і спостерігається в інноваційному секторі в останні роки. На стан інноваційної сфери України руйнівні вплинула світова фінансово-економічна криза 2008-2009 рр. В цей період показники інноваційної активності мали переважно спадну динаміку. Динаміка показників інноваційної діяльності промислових підприємств України в післякризовий і період стагнації економіки є позитивною, але винятком є зміна значень ключових показників - обсягів фінансування інноваційної діяльності та частки інноваційної продукції в загальному обсязі

реалізованої промислової продукції, а також експорту інноваційної продукції, виробленої промисловими підприємствами, в період стагнації економіки різко погіршилися (табл. 1).

Таблиця 1.

Динаміка показників інноваційної діяльності промислових підприємств України [2]

Роки	Питома вага підприємств, що займалися інноваціями, млн. грн.	Загальна сума витрат, млн. грн.	у тому числі за напрямками				
			Дослідження і розробки, млн. грн.	придбання інших зовнішніх знань, млн. грн.	підготовка виробництва для впровадження інновацій, млн. грн.	придбання машин обладнання та програмного забезпечення, млн. грн.	інші витрати, млн. грн.
2011	16,2	14333,9	1079,9	324,7	X	10489,1	2440,2
2012	17,4	11480,6	1196,3	47,0	X	8051,8	2185,5
2013	16,8	9562,6	1638,5	87,0	X	5546,3	2290,9
2014*	16,1	7695,9	1754,6	47,2	X	5115,3	778,8
2015*	17,3	13813,7	2039,5	84,9	X	11141,3	548,0
2016*	18,9	23229,5	2457,8	64,2	X	19829,0	878,4

* Дані наведено без урахування тимчасово окупованій території Автономної Республіки Крим, Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції

За даними дослідження можна зробити висновок про те, що інноваційна діяльність промислових підприємств у посткризовий і період стагнації економіки розвивається екстенсивно за рахунок нарощування кількісних факторів.

Аналіз субіндексів Глобального індексу інновацій показує, що основними недоліками, які заважають розвитку інноваційних процесів, є недостатня ефективність державного управління і регуляторного контролю, низька якість верховенства права, несприятлива бізнес-середовище, складний режим сплати податків підприємств, недостатня екологічна стійкість, низькі темпи формування капіталів, низький рівень розвитку кластерів. У той же час, сильними сторонами є розвиток сфери формування знань, розвиток вищої освіти, розвиток Інтернету, дослідження і розробки.

Таким чином, слід констатувати, що в розвитку промислових підприємств в умовах нестабільної економіки спостерігається криза інновацій, адже Україна продовжує розвиватися без істотного використання свого інноваційного потенціалу, а інноваційна продукція освоюється переважно шляхом використання науково-технічних досягнень попередніх років. Такий тип інноваційного розвитку має досить вузькі межі і не дає можливості підтримувати конкурентоспроможність підприємств протягом тривалого періоду. З іншого боку, кризові явища нестабільної економічної системи негативно вплинули на інноваційну діяльність, призвели до скорочення фінансування інноваційних досліджень і розробок, зменшення частки експорту інноваційної продукції в загальному обсязі реалізації промислової продукції. В результаті це суттєво знизило рейтинг України і підприємств промислового сектора економіки в світовому інноваційному середовищі.

Тому, на етапі формування конкурентного ринкового середовища інноваційна політика повинна здійснюватися на принципах, які б формували певну стратегію і тактику, спрямовані на досягнення певних цілей соціально-економічного розвитку країни в умовах нестабільної економіки. При цьому, перспективним напрямком розвитку інновацій на мікрорівні є розвиток міжнародного франчайзингового бізнесу, який не вимагає значних капіталовкладень і дозволяє впроваджувати сучасні досягнення міжнародних бізнес-організацій. Тому, інноваційний напрямок політики розвитку інновацій має бути направлено на її відповідність міжнародній системній моделі інновацій, на соціально-економічну консолідацію територій, впровадження інформаційно-комунікаційних технологій та модернізацію промисловості на макроекономічному рівні.

Література

1. The Global Innovation Index 2016. The Local Dynamics of Innovation // [Електронний ресурс]. Режим доступу <https://www.globalinnovationindex.org/analysis-indicator>.
2. Bloomberg Global Business Forum (2017). Bloomberg Finance // [Електронний ресурс]. Режим доступу <https://www.bloomberg.com/global-business-forum-2017>
3. Наукова та інноваційна діяльність в Україні: Статистичний збірник. Державна служба статистики України. // [Електронний ресурс]. Режим доступу <http://www.ukrstat.gov.ua>.

Секція № 6

Менеджмент інноваційної діяльності: досвід успішних Start-up і підприємців-практиків

УДК 330.322

Катерина Андрющенко

*д.е.н., доцент, професор кафедри економіки підприємств
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима
Гетьмана»
katya373@i.ua*

ДОСВІД УСПІШНОГО ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В START-UP

ОПЫТ УСПЕШНОГО ПРИМЕНЕНИЯ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В START-UP

EXPERIENCE OF SUCCESSFUL USE OF INNOVATIVE POTENTIAL OF CURRENT TECHNOLOGIES IN START-UP

Анотація. Розглянуто світовий досвід використання інноваційного потенціалу сучасних технологій в START-UP. Визначені найбільш успішні ізраїльські стартапи, а також перспективні напрямки українсько-ізраїльського розвитку сучасних технологій в START-UP.

Аннотация. Рассмотрен мировой опыт использования инновационного потенциала современных технологий в START-UP. Определены наиболее успешные израильские стартапы, а также перспективные направления украинского-израильского развития современных технологий в START-UP.

Abstract. The world experience in using the innovative potential of modern technologies in the START-UP is considered. The most successful Israeli start-ups, as well as perspective directions of Ukrainian-Israeli development of modern technologies in START-UP are determined.

Інноваційний потенціал сучасних технологій - сукупність ресурсів різних видів, що включає себе матеріальні, фінансові, інтелектуальні, науково-технічні та інші ресурси, необхідні для здійснення інноваційної діяльності. Практично всі товари, що випускаються на ринок, є запатентованими. Цей прийом дозволяє підвищити оригінальність і якість пропонуваніх ідей, так як учасники вільні від стереотипів при виробленні рішення і не обтяжені спеціальними знаннями, рамках яких можуть висуватися ідеї. Цифрова трансформація компаній і галузей, нова парадигма управління, ринки і моделі завтрашнього дня, порядок лідерів технологічного бізнесу, запуск і масштабування компаній, майбутнє капіталізації компаній.

Ерік Рис (американський підприємець, піонер руху «Ощадливий стартап», відомий блогер в сфері бізнесу в області високих технологій) визначає стартап, як нову компанію, яка займається розробкою інноваційних товарів або послуг, умовах повної невизначеності. Якщо взяти на озброєння це визначення, то, по суті, до стартапів можна віднести не тільки те, що ми зазвичай під ними розуміємо, але і будь-яке підприємство що створює новий продукт або бізнес в умовах повної невизначеності, і не важливо, в якому секторі економіки і в яких масштабах (бізнес-інкубатор, держустанова або дочірня структура великої компанії).

Такий підхід до визначення повністю знижує ризик того, що стартап створить продукт, який виявиться нікому не потрібним. Для того, щоб продовжити життєвий цикл, потрібно навчитися якомога швидше здійснювати віражі. Він називається це вірусним циклом, і його швидкість визначається так званім вірусним коефіцієнтом. Методологія PRINCE 2 (являє собою структурований підхід до управління проектами) включає себе інструменти по організації і контролю стартапами та проектами.

Майкл Айзенберг Michael Eisenberg, Еден Шохата Eden Shochat і Аарон Розенсон Aaron Rosenson офіційно оголосили про запуск другого венчурного фонду Aleph, який був закритий на рівні 180 міль. \$. Pitango Venture Capital 7 фокусується на інвестиціях в ізраїльські стартап-компанії на ранніх стадіях росту. Серед інвесторів ізраїльського стартапу - Jesalem Venture

Partners 21%, BRM Capital 18%, Bessemer Venture Partners 14%, Giza Venture Capital 13%, Walden Israel. Компанія була заснована 2010 році і одночасно почала розвивати сервіс як для приватних, так і для корпоративних клієнтів. Взяли участь венчурні фонди Bessemer Venture Partners, Benchmark Capital, Venrock і корпорація. Серед клієнтів стартапу - Land Rover, Marriott, Pamp G, Paramount, Staples, Walmart і інші компанії з рейтингу Fortune. Обсяг угоди не був розголошено, однак аналітики оцінюють її до 100 мільйонів \$. За твердженням представників компанії, інтерактивні відео Interlude забезпечують 10 разів ефективніше залучення користувачів, ніж традиційні відеоролики. На сьогоднішній день OurCrowd проінвестував близько 100 стартап-компаній, з яких 7 компаній були поглинені FireBlade, Parko, Abe's Market, Crosswise, Replay Technologies, Prosper Daily, Nextpeer і 2 - Rewalk Robotics і Trendlines Group - вийшли на. Флагманський продукт Datorama - хмарна платформа управління даними для рекламодавців та рекламних агентств. Компанія створює програмну інфраструктуру для масштабованих обчислень, технологію, яка дозволить замовникам використовувати всі наявні обчислювальні ресурси і об'єднає обчислювальні системи і системи зберігання даних рамках центрів обробки даних.

Qumra Capital, NTT DOO Ventures і Phoenix Insurance, а також існуючі інвестори - Genesis- Partners і Entree. Autotalks розробляють програмно-апаратні рішення для автономних автомобілів класу V2X vehicle to everything, включаючи комунікацію між автомобілями V2V, між автомобілями та елементами інфраструктури V2I, між автомобілями і мотоциклами V2M, а також між автомобілями і пішоходами [1].

Нехаг об'єднує водіїв єдину мережу, що дозволяє, наприклад, розіслати оточуючим попередження про агресивному стилі водіння того чи іншого учасника дорожнього руху. На сьогоднішній день інкубатор залучив 12 млн \$ для інвестицій компанії на ранній стадії. Більше 1 000 інвесторів і представників корпорацій з Китаю взяли участь щорічної китайсько-ізраїльської інвестиційної конференції, що проходила Тель-Авіві вересні. За словами першого віце-прем'єр-міністра України - міністра економічного розвитку і торгівлі України Степана Кубіва, угода створить нові, вигідні можливості для українських експортерів, відкриє важливий і цікавий ринок Ізраїлю [2]. Фонд орієнтований на інвестиції російські інноваційні компанії з високим потенціалом зростання на російському і зарубіжних інноваційно-технологічних ринках. Як показує світова практика, по-справжньому успішним проект може зробити ідея досить яскрава, нестандартна і приваблива для споживача.

При цьому не доведеться залучати телефонних операторів вибравши той чи інший пункт меню, абонент зможе просто прослухати інформацію про те, як вирішити його проблему. На даний момент Хантер Харрісон (англ., Hunter Harrison) очолює ради директорів таких інвестиційних проектів, як Advanced Cell Diagnostics, Clearwater Analytics, Delphix, Gainsight. Брайан Хірш, який раніше працював Greenhill SAVP, нині є засновником і керуючим партнером фонду Tribeca Venture Partners. Джефф заснував SoftTech 2004 році, і під його керівництвом компанія досягла неймовірних висот. Останнім часом воно стало дуже популярним настільки, що кимось сприймається вже як лайка і одними застосовується для позначення практично будь-якого бізнесу, а іншими виключно як опис інтернет проектів.

Дані розробки є ще одними з яскравих прикладів того, що сама несподівана ідея, реалізована за допомогою сучасних технологій, може стати перспективним продуктом, який захопив уми тисяч користувачів. Цілком природно, що вартість такого одягу буває висока, а вийти світло ній доводиться лише раз або два за сезон. І нехай деяких напрямках таке посередництво вже стало звичним наприклад, операції з нерухомістю, є безліч абсолютно несподіваних і перспективних областей застосування даної практики

Література

1. [Израильский стартап dapulse привлекает \\$25 млн.-](http://itbusinessweek.com/tag/genesis-partners/) Режим доступу: - <http://itbusinessweek.com/tag/genesis-partners/>
2. [Кубів С. Угода про вільну торгівлю між Україною та Ізраїлем створить нові, вигідні можливості.](http://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=096e9044-ddab-496a-a83a-861083c0dc54&title=StepanKubiv-UgodaProVilnuTorgivliuMizhUkrainoiuTaIzrailemStvoritNovi-VigidniMozhливosti) Режим доступу: - <http://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=096e9044-ddab-496a-a83a-861083c0dc54&title=StepanKubiv-UgodaProVilnuTorgivliuMizhUkrainoiuTaIzrailemStvoritNovi-VigidniMozhливosti>

**УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ
ЕКОНОМІКИ ЗНАНЬ**

**УПРАВЛЕНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЙ В
УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИКИ ЗНАНИЙ**

**MANAGEMENT OF INVESTMENT ACTIVITIES OF ENTERPRISES IN THE
CONDITIONS OF ECONOMICS KNOWLEDGE**

Анотація. Роботу присвячено питанням ефективного управління інвестиційною діяльністю підприємств в умовах становлення економіки знань з використанням сучасних концепцій і механізмів інвестування та управління.

Анотация. Работа посвящена вопросам эффективного управления инвестиционной деятельностью предприятий в условиях становления экономики знаний с использованием современных концепций и механизмов инвестирования и управления.

Annotation. The article is devoted to questions of effective management of investment activity of enterprises in the conditions of formation of knowledge economy using modern concepts and mechanisms of investment and management.

Дослідження проблем інвестиційного менеджменту знаходяться у центрі світової економічної науки та практики, формуючи основу господарської діяльності сучасних підприємств і забезпечуючи процеси їх економічного зростання. Високий динамізм і невизначеність зовнішнього середовища, які останнім часом стали звичайними умовами діяльності суб'єктів ринкових відносин, сприяють трансформації процесів управління інвестиційною діяльністю підприємств, потребують їх швидкої реакції на зміни бізнес-середовища [1, с.38-45]. Сьогодні слід говорити про новий формат управління інвестиційною діяльністю підприємств, а саме в умовах становлення К-суспільства (Knowledge society) та економіки знань, коли знання і нематеріальне виробництво стають визначальними у перспективному розвитку суб'єктів господарювання. За таких обставин застосування класичних підходів до процесу управління інвестиційною діяльністю підприємств суттєво знижує ефективність інвестиційного менеджменту й потребує використання сучасних концепцій та механізмів інвестування та управління, зокрема, концепцію динамічних здатностей, нову парадигму управління «Менеджмент 2.0» тощо.

Найважливішою ознакою розвитку економіки знань є визначальна роль теоретичного знання, перетворення творчості з супутника розвитку матеріального виробництва в головну умову його ефективного розвитку. За оцінками провідних світових економістів частка виробничого фактору «знання» в створенні додаткової вартості суб'єктів ринкових відносин в розвинутих країнах складає від 60 до 80% [2, с. 137], а найпоказовішим індикатором зростання його ролі є суттєве збільшення інноваційних розробок, зменшення життєвого циклу продукції, зменшення часу на НДДКР тощо. Для економіки знань властивим є домінування інформаційних технологій як нової продуктивної сили, що уособлює становлення і розвиток «інформаційного суспільства». Економічну основу такого суспільства складає так звана інформаційна економіка, яка, на нашу думку, є формою прояву економіки знань і передбачає створення віртуальних підприємств, залучення віртуальних ресурсів (криптовалюта, біткойн), автоструктурування економічних процесів тощо. Водночас інформаційна економіка призводить до високого галузевого динамізму, коли зникають окремі види підприємств, відмирає потреба в посередниках, а також стираються внутрішньогалузеві і міжгалузеві кордони або відбувається їх поступове зрощення [3, с.66-72].

Для суб'єктів господарювання в умовах розвитку економіки знань характерним є переважання складно оцінюваних і схильних до різкого коливання цін нематеріальних активів, зростання долі залученого капіталу, високі корпоративні стандарти, коли кожний робітник

відчуває себе частиною загального творчого процесу на підприємстві, а головними ресурсами ефективного розвитку суб'єктів ринкових відносин стає людський капітал з його здатністю до генерування знання та аналізу інформації. З огляду на це в інвестиційній діяльності суб'єктів господарювання простежується тенденція превалювання інвестицій в людський капітал, який за своєю суттю стає не тільки об'єктом інвестування, а й джерелом забезпечення їх ефективної діяльності, що з часом накопичується і створює унікальну вартість для підприємства [4].

Головною особливістю інвестиційної діяльності в умовах розвитку економіки знань є те, що джерелом формування інвестиційних ресурсів підприємств стають результати їх інтелектуальної та управлінської діяльності, організаційні здібності щодо створення умов для творчої діяльності в інвестиційному процесі. Водночас сучасними концепціями менеджменту визнано, що основним ресурсом підприємства, яке успішно розвивається, є його працівники, їх кваліфікація, знання, здатність до саморозвитку, вміння працювати в команді, очолену ефективним менеджером. При цьому, основна увага зарубіжних і вітчизняних фахівців з менеджменту найбільшою мірою зосереджена на проблемах розкриття потенціалу колективу, перетворення його в ефективно функціонуючу систему на принципах самоорганізації, посилення у працівників внутрішньої мотивації на ефективність і досягнення довгострокових результатів, здатності до самонавчання та саморозвитку [5, с.8].

З огляду на це ефективним способом управління інвестиційною діяльністю підприємств є поєднання стратегічної орієнтації інвестиційного менеджменту (гнучкості стратегії розвитку) і самоорганізації підприємства (гнучкої організаційної структури і сучасної системи мотивації), які разом створюють дієву систему інвестиційного управління. При цьому головними чинниками самоорганізації підприємства є: децентралізація управління, ефективна і гнучка система мотивації, сучасна корпоративна культура та етика, постійний розвиток персоналу, формування лідерства рядових співробітників і створення умов для діяльності на колективних засадах, що уможливує використання змін зовнішнього середовища для забезпечення конкурентних переваг суб'єктам ринкових відносин [5, с.119-131].

В основу управління інвестиційною діяльністю підприємств на засадах самоорганізації покладено ідею про потребу формування лідерства рядових співробітників і забезпечення виробничо-інноваційної активності всього колективу, що передбачає солідарну відповідальність працівників і топ-менеджерів за успішний розвиток суб'єкта господарювання. При цьому, якщо порівняно недавно в роботах з проблем сучасного управління діяльністю підприємств акцент робився, в першу чергу, на ролі лідера як головного організатора і ключової ланки успішного управління, то сьогодні увага зарубіжних і вітчизняних фахівців в області менеджменту найбільшою мірою зосереджена на проблемах розкриття потенціалу колективу, перетворення його в ефективно функціонуючу систему, що самоорганізується і саморозвивається, посиленні у працівників внутрішньої мотивації як засобу досягнення довгострокових результатів, здатності до самонавчання та саморозвитку [5, с.8-9].

Ефектом впровадження управління інвестиційною діяльністю підприємств на засадах самоорганізації має стати забезпечення конкурентними перевагами у перспективі, що передбачає наявність ефективної інвестиційної стратегії, яку розуміють і підтримують керівництво і працівники підприємств; максимальну самостійність топ-менеджерів у прийнятті інвестиційних рішень, досягнення переваг за рахунок синергії та роботи в команді, підвищення вагомості людського фактору через поведінкові інструменти управління задля розвитку творчості та стимулювання ініціативи у працівників, більш високу порівняно з конкурентами кваліфікацію інвестиційних менеджерів, ефективну систему мотивації тощо. Використання конкурентних переваг в умовах динамічного середовища суттєво підвищує результативність інвестиційного менеджменту вітчизняних підприємств, забезпечує ефективність їх інвестиційної діяльності.

Таким чином, в сучасних умовах господарювання ефективно управління інвестиційною діяльністю підприємств потребує врахування особливостей діяльності в умовах економіки знань, що зумовлює необхідність поєднання стратегічної орієнтованості інвестиційного менеджменту і самоорганізації підприємства, превалювання ментально-когнітивних аспектів управління та підвищення вагомості людського фактору як головних умов гнучкого управління підприємством.

Література

1. Швиданенко Г.О., Бесараб С.О., Стратегічно – орієнтована модель управління інвестиційною діяльністю підприємств // Економіка і Фінанси. – 2017 р. – № 9. – С 38 - 45.

2. Kreuzer I., Mingers S., Veith M. Strategische Orientierungen Das Unternehmen im Kontext von Anpassungsdruck und Veränderungsnotwendigkeiten // Die Zukunft kommt - wohin geht die Wirtschaft? / Hrsg. E.Krainz, R.Simsa. Wiesbaden: Gabler, 1998. S. 132-144.

3. Макаров А. М. Преобразующий менеджмент: стратегическое управление организацией в современных условиях / А. М. Макаров // Вестник Санкт-Петербургского университета. -2005. № 8. С.61 – 81.

4. Гребешкова О.М. Капіталізація знань як стратегічного активу підприємства : методологічний аспект [Електронний ресурс] / О.М. Гребешкова, Н.В. Шевчук. – Режим доступу: <http://economica.org.ua/2012/kapitalizaciya-znan-yak-strategichnogo-aktivu-pidpriyemstva-metodol-ogichnij-aspekt/>.

5. От самоорганизации к саморазвитию: смена парадигмы менеджмента / авт. колл.: Комаров С. В., Молодчик А. В., Бухвалов Н. Ю., Пустовойт К. С. и др.; отв. ред. Комаров С. В.; предисл. акад. А. И. Татаркина. – Екатеринбург: Ин-т экономики УрО РАН, 2013. – 257 с.

УДК 503.84.46

Наталія Голіонко

*к.е.н., доцент кафедри стратегії підприємств,
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,
golionko@ukr.net*

Алла Іванова

*к.е.н., доцент кафедри стратегії підприємств,
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,
allaserg.ivanova@gmail.com*

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО СТВОРЕННЯ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНІВ

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К СОЗДАНИЮ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ

MODERN APPROACHES TO CREATING INTERNET SHOPS

Анотація. У статті наведено тенденції розвитку ринку е-комерції та найбільш поширені підходи до організації діяльності і функціонування інтернет-магазинів у світі і в Україні. Визначено особливі етапи створення і-магазину та орієнтовні терміни часу для такого бізнес-процесу.

Аннотация. В статье приведены тенденции развития рынка электронной коммерции и наиболее распространенные подходы к организации деятельности и функционирования интернет-магазинов в мире и в Украине. Определены особые этапы создания и-магазина и ориентировочные сроки времени для такого бизнес-процесса.

Abstract. The article presents the tendencies of the development of the e-commerce market and the most common approaches to the organization and functioning of online stores in the world and in Ukraine. The specific stages of creating an i-store and the estimated time frame for such a business process are determined.

В сучасних умовах інформатизації суспільства все більшого поширення набуває практика ведення бізнесу у мережі Інтернет за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), зокрема інтернет-торгівля. Охоплення території країни Інтернет-зв'язком, широкі логістичні можливості доставки за 1-2 дні у найвіддаленіші куточки країни, різні варіанти оплати е-відправлення, інші умови господарювання сьогодні дозволяють створити найкращі пропозиції для споживачів та щорічно збільшувати кількість цільових груп клієнтів та асортиментних позицій товарів інтернет-магазинів.

За даними дослідників, останніми роками ринок е-комерції у світі показує двозначні темпи зростання, що пояснює його тридцятивідсоткове збільшення у 2017р. і в Україні. Така ситуація пов'язана з різними тенденціями, в першу чергу, позитивними рисами електронного ринку: зручністю для споживача, нижчими, порівняно з ритейлом, цінами, кращими умовами доставки, доступу до відгуків про товари, ін.; також урізноманітненням останнім часом пристроїв, підключених до Інтернет; більшим охопленням різних вікових груп населення

цифровими технологіями (наприклад, зростання до 43% у 2017р. вікової групи користувачів Інтернет 55-64 роки) та створенням більшої кількості маркетплейсів (віртуальних торгівельних центрів), які вважаються більш універсальними, порівняно з інтернет магазинами.

Найбільш продаваними категоріями товарів у віртуальному середовищі є косметика, продукти харчування і напої, техніка та електроніка, а також товари для саду та городу. Тобто товарні категорії широкого вжитку. Сьогодні інтернет-покупки середньостатистичного споживача складають 1-3% його власних коштів. За прогнозами дослідників ринку через 10 років користувачі будуть витрачати на покупки у Інтернет четверту частину власних коштів. Отже, тенденція створення інтернет-магазинів є актуальною метою сучасних досліджень.

Означені характеристики ринку е-комерції спонукають все більше підприємців до створення інтернет-магазинів та виходу у Інтернет-середовище. Останніми роками, навіть, створено сучасні платформи, які надають відповідний комплекс послуг по запуску інтернет-магазину, а саме: створення і підтримка сайту, його дизайн, просування у мережі Інтернет з можливістю вибору відповідних інструментів, інтеграція сайту з певними сервісами, необхідними для автоматизації бізнес-процесів замовника (сервіси оплати, доставки, облікові системи, CRM, тощо). Такий підхід до створення інтернет-магазину (ІМ) є найбільш оптимальним за часом (до 5-9 днів), проте порівняно дорожчим та певним чином залежним від функціоналу і методики роботи конкретної платформи.

Варто зазначити, що процес створення ІМ, як і його відкриття, значно залежать від масштабу проекту: нішевий торгівельний майданчик з декількома типами товарів і сотнею продуктів або онлайн-супермаркет з сотнями тисяч товарних найменувань, як, наприклад, на Rozetka.com.ua. Очевидно, проектування інтернет-супермаркету буде значно простішим за допомогою однієї з сучасних платформ створення ІМ.

Інший шлях – створення інтернет-магазину власноруч, що є більш тривалим процесом (іноді, до 1 року) і передбачає проходження таких основних етапів:

- складання технічного завдання (або бізнес-плану) на розробку ІМ,
- вибір програмної платформи для реалізації ідеї,
- створення макету дизайну, його верстка та оформлення,
- купівля доменного імені та отримання послуг з хостингу,
- налаштування функціональних параметрів сайту та наповнення його товарами,
- формування контент-плану і створення необхідного контенту,
- наповнення сайту ІМ контентом та його базова оптимізація.

Майже кожен з перелічених етапів в разі потреби може супроводжуватися консультаціями зі спеціалістами та уточненням різних деталей роботи ІМ, його просування або вибудовування стратегії присутності на е-ринку.

За оцінками аналітиків ринку е-комерції початківці, які самотужки створюють ІМ, зазнають більших проблем, до яких призводять такі поширені помилки, як: відсутність технічного завдання або чіткого розуміння щодо майбутнього ІМ; зосередження уваги на дизайні та функціональних можливостях сайту замість чіткого розуміння бізнес-процесу продажу товару; відсутність розуміння важливості просування ІМ; спроби самостійного доповнення або виправлення дизайну та функціоналу сайту; відсутність відповідних знань у продажах та управлінні ІМ; неякісний контент та наповнення сайту ІМ; не повністю вивчені та використані можливості обраної платформи ІМ; не продумані питання доставки товарів споживачам; незручна корзина замовлень та незрозумілий процес замовлення товарів тощо.

За умови виникнення зазначених або інших помилок вірогідне збільшення ризику здорожчання створення ІМ або навіть провалу інтернет-проекту в цілому. Причому, іноді значне затягування відкриття ІМ призводить до, так званого, тривалого старту, що теж є ризикованим для успішної діяльності ІМ.

Отже, не зважаючи на різні підходи до створення ІМ, показники їх кількості останніми роками впевнено зростають, а прогноз динамічного розвитку інтернет-ринку підтверджується новітніми трендами е-комерції і на поточний рік, серед яких голосовий шопінг, соціальна комерція, інтеграція офлайн та онлайн продажів, партнерства і злиття компаній та інші. Такі цікаві перспективи, на нашу думку, і в подальшому переконуватимуть підприємців у доцільності виходу у інтернет-середовище.

Валентина Лаврененко

*к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима
Гетьмана»*

vlave@ukr.net

Дар'я Іванова

*студентка 5 курсу, факультету економіки і управління
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима
Гетьмана»,*

dasha.mikhailovna20@gmail.com

КОНТРОЛЛІНГ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

КОНТРОЛЛИНГ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

CONTROLLING OF INNOVATIVE ACTIVITIES OF THE ENTERPRISE

Анотація. Обґрунтовано актуальність формування підсистеми контролінгу інноваційної діяльності як засобу реалізації інноваційного потенціалу підприємства. Виявлено основні недоліки розвитку на вітчизняних підприємствах. Зроблено акцент на необхідності автоматизації контролінгу інноваційних процесів.

Аннотация. Обоснована актуальность формирования подсистемы контроллинга инновационной деятельности как средства реализации инновационного потенциала предприятия. Выявлены основные недостатки развития на отечественных предприятиях. Сделан упор на необходимости автоматизации контроллинга инновационных процессов.

Annotation. The urgency of the subsystem of controlling innovation activity as means of realizing the innovative potential of the enterprise is substantiated. The main shortcomings of development at domestic enterprises are revealed. The emphasis is on the need to automate the controlling of innovation processes.

Сучасні умови функціонування суб'єктів господарювання вимагають постійного моніторингу процесів зовнішнього середовища і, відповідно, використання прогресивних технологій управління з метою підвищення ефективності діяльності і досягнення поставлених цілей. Рівень оперативності та надійності систем обліку і контролю при цьому повинен бути настільки високим, що об'єктивної необхідності створення відповідного інформаційного забезпечення цих функцій управління і їх інтеграцію в єдину систему. Виконання певних завдань можливе лише за умови використання сучасних концепцій і інструментів менеджменту [1, с.29].

В умовах кризи продуктивна і відносно стабільна діяльність підприємств безпосередньо пов'язана з ефективністю прийняття управлінських рішень. Розвиток ринкового середовища, підвищення рівня конкуренції вимагають ефективного управління підприємством для закріплення своїх позицій на відповідному ринку товарів, робіт, послуг. Комерційний успіх інноваційних процесів в основному залежить від ефективності системи управління. Однією з основних причин комерційної неефективності нововведень є відсутність адекватної системи управління витратами в інноваційній діяльності. Тому процес контролінгу інновацій набуває особливої важливості. Контролінг інновацій дозволяє досягти максимальної ефективності інноваційної діяльності при мінімальних ризиках. [2, с 290].

Метою дослідження є необхідність застосування контролінгу в інноваційній діяльності, аналіз його переваг та недоліків рівня розвитку у вітчизняній практиці.

Місце і значення контролінгу все більше вивчається в розрізі різних сфер діяльності підприємства, в тому числі інноваційної. Разом з тим до цього часу залишається не до кінця розкритим не тільки теоретичний аспект контролінгу інноваційної діяльності, а й прикладний аспект, зокрема про його впровадження в діяльність промислових підприємств.

З цим виникає актуальна необхідність у подальшому ґрунтовному вивченні можливостей впровадження контролінгу інноваційної діяльності з урахуванням особливостей вітчизняної практики. Головною метою контролінгу є системна організація матеріальних, фінансових та інформаційних потоків, спрямована на вдосконалення організаційної структури, перерозподіл і

мінімізацію використання різних ресурсів, скорочення термінів реалізації потреб клієнтів, підвищення якості їх обслуговування. Контролінг дозволяє сформувати абсолютно нові ділові цілі з використанням останніх досягнень інформаційних технологій. Рішення задач контролінгу в управлінні інноваційною діяльністю реалізується за допомогою використання інструментів стратегічного і оперативного контролінгу. Використання інструментів стратегічного контролінгу допомагає менеджерам відсівати стратегічно неперспективні інноваційні ідеї. Стратегічний контролінг дозволяє створити умови для довгострокового утримання конкурентних переваг підприємства на ринку. Використання інструментів оперативного контролінгу забезпечує, перш за все, інформаційну підтримку процесів планування, контролю, регулювання процесу реалізації інноваційних проектів. Методологія та інструментарій контролінгу дають можливість модернізувати організаційну та інформаційну структури підприємства таким чином, щоб вирішувалися базові проблеми її розвитку, які спричиняють стабільні успіхи не тільки в сьогоденні, але, і в майбутньому. Особливо це важливо в сфері розробки та реалізації інновацій, в силу того, що саме інноваційна діяльність є фундаментом ефективного розвитку підприємства.

Перебуваючи на перетині обліку, інформаційного забезпечення, контролю і координації, контролінг займає особливе місце в управлінні підприємством: він пов'язує воедино всі ці функції, інтегрує і координує їх, причому не підміняє собою управління підприємством, а лише переводить його на якісно новий рівень. Контролінг є своєрідним механізмом саморегулювання на підприємстві, що забезпечує зворотний зв'язок в контурі управління. Реалізація контролінгу в сфері управління інноваційною діяльністю дозволяє використовувати майбутні сприятливі умови, виявляє існуючі і виникають проблеми, готує підприємства до раптових змін у зовнішньому середовищі, покращує координацію дій в організації і таким чином, сприяє тривалому та успішному функціонуванню підприємства і його підрозділів.

Однак, вітчизняна практика управління розвивається особливим шляхом, не звертаючи особливої уваги на світовий досвід. Більшість менеджерів мають про контролінгу поверхневе уявлення і, головне, не відчують особливої потреби впроваджувати нову модель або розглядати її як інструмент при вирішенні питань підвищення ефективності управління. Ефективне управління інноваціями в чому залежить від інноваційного циклу, правильного виявлення кордонів його складових частин, а також пізнання закономірностей їх розвитку.

Для досягнення позитивних результатів в здійсненні інноваційної стратегії розвитку підприємства необхідна організація служби контролінгу, визначення її місця в організаційній структурі підприємства, аналіз інформаційних потоків і можливих варіантів впровадження контролінгу на підприємстві.

Контролінг інноваційної діяльності як ключовий елемент запропонованої схеми управління сприятиме мінімізації кількості інтуїтивних управлінських рішень, відповідно збільшивши частку раціональних управлінських рішень. Освіта ефективного інформаційного поля, що виникає при комплексному застосуванні контролінгову інструментарію, допомагає в прийнятті управлінських рішень, спрямованих на розвиток підприємства в складних конкурентних умовах сучасного технологічного укладу.

Тому, запровадивши контролінг на підприємстві, його керівництво отримує ряд переваг з управління інноваційною діяльністю, зокрема, можливість підвищення загального якісного рівня керованості інноваційними процесами, координація управлінських дій в рамках єдиного інформаційного поля, скорочення часу на прийняття управлінських рішень та зниження ризиків прийняття рішень, не відповідають меті такої діяльності.

Література

1. *Килимнюк В.* Еволюція контролінгу, його місце і роль в економіці підприємства / В. Килимнюк // Економіст. -2004. -№1. –С. 29
2. *Галімов І. А., Валітова Е. Ф.* Контролінг в інноваційній діяльності підприємства // Молодий вчений. — 2014. — №21. — С. 290-291. — Режим доступу: <https://moluch.ru/archive/80/14520/>
3. Статистика науки та інновацій // Під ред. Л. М. Гохберг. М. : Центр досліджень і статистики науки, 2011. С. 30–31.
4. *Малікова С.Г.* Курс лекцій з дисципліни «Контролінг»: навчальний посібник. - М. : Московський державний технічний університет імені Н.Е. Баумана, 2014. - 57 с. - Режим доступу: <http://www.iprbookshop.ru/30885> - ЭБС «IPRbooks».

СТАНДАРТИЗАЦІЯ СИСТЕМИ ІННОВАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ
СТАНДАРТИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ ИННОВАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА
STANDARDIZATION OF THE SYSTEM OF INNOVATIVE MANAGEMENT

Анотація. Визначена практична актуальність та теоретична не розробленість проблематики формування системи інноваційного менеджменту в українських бізнес-організаціях. Викладені рекомендації європейського стандарту CEN/TS 16555-1:2013 "Innovation Management. Part 1: Innovation management system" щодо формування такої системи. **Ключові слова:** менеджмент інновацій, стандарти з менеджменту інновацій, система інноваційного менеджменту

Аннотация. Определена практическая актуальность и теоретически не разработанность проблематики формирования системы инновационного менеджмента в украинских бизнес-организациях. Изложены рекомендации европейского стандарта CEN / TS 16555-1: 2013 "Innovation Management. Part 1: Innovation management system" по формированию такой системы. **Ключевые слова:** менеджмент инноваций, стандарты менеджмента инноваций, система инновационного менеджмента.

Abstract. The practical relevance and theoretical undevelopment of the problems of the innovative management formation system in Ukrainian business organizations is defined. The recommendations of the European Standard CEN/TS 16555-1: 2013 " Innovation Management. Part 1: Innovation management system " in relation to the formation of such a system.. **Keywords:** Innovation Management, Innovation Management Standards, Innovation Management System

Враховуючи низьку ефективність та результативність управління інноваційною діяльністю в бізнес-організаціях України, представляється доцільним покласти в основу її удосконалення загальноєвропейські рекомендації з цього приводу, викладені у стандарті CEN/TS 16555-1:2013* "Інноваційний менеджмент. Частина 1. Система інноваційного менеджменту" (CEN/TS 16555-1:2013 "Innovation Management. Part 1: Innovation management system") [1]. Даний стандарт є стандартом-настановою (рекомендаційний) та присвячений узагальненню досвіду провідних країн світу щодо впровадження, розвитку та супроводу базової інфраструктури для системи інноваційного менеджменту.

Термін «система інноваційного менеджменту (IMS)» тлумачиться в стандарті як «сукупність взаємозв'язаних або взаємодіючих елементів організації, необхідних для розробки політики та цілей в області інновацій, а також процесів досягнення поставлених цілей»[1]. Тобто система інноваційного менеджменту розглядається як сукупність складових, передумов та заходів, які необхідні для створення інновацій на безперервній основі, тобто формування потоку інновацій. Зазначено, що потреба у формування такої системи існує в усіх без винятку організаціях, незалежно від сфери їх діяльності, типу та розміру, в тому числі особливо гострою вона є для малих та середніх підприємств.

Наголошується, що хоча IMS -система може бути налагоджена як автономна, для гарантування досягнення основних цілей інновацій бажано, щоб вона була інтегрованою в базовий функціонал та систему управління організацією. IMS –система може бути інтегрована з іншими стандартизованими системами менеджменту, зокрема ISO 9001, ISO 14001 тощо.

Ключовими елементами IMS- системи в Стандарті визнані : контекст організації; лідерство в управлінні інноваціями та стратегією; планування успіху інновацій; фактори, стимулюючі та сприяючі інноваціям; процес інноваційного менеджменту; оцінка ефективності функціонування ІМС; вдосконалення ІМС; методика інноваційного менеджменту.

Розглянемо принципові рекомендації щодо змісту кожного елементу IMS –системи.

Контекст організації . Поняття «контекст організації» було вперше визначено в ISO 9000: 2015 та тлумачиться як « комбінація внутрішніх та зовнішніх факторів, які можуть впливати на організацію підходу до розробки та досягнення своїх цілей». Аналогом даного терміну в англomовному середовищі є такі терміни як "бізнес-середовище", "організаційна середовище" або "екосистема організації". Типовим підходом є розгляд зовнішнього та внутрішнього контексту організації, що відповідає усталеному в українomовному середовищі розгляду факторів зовнішнього та внутрішнього оточення організації, які впливають на досягнення її цілей.

Передумовою формування IMS – системи визнана ідентифікація (регулярне вивчення та аналіз) зовнішніх та внутрішніх проблем, що перешкоджають її цілям і впливають на здатність організації вирішити завдання в частинах IMS.

Лідерство в інноваціях. Висхідними для формування IMS-системи визнається наявність інноваційного бачення та інноваційної стратегії .

Інноваційне бачення розуміється як « те, що ця організація хоче досягти в рамках впровадження інновацій" [1]. Інноваційне бачення має бути конкретним (встановити напрямки інноваційної діяльності), амбіційним (визначати амбіціозні завдання, які будуть стимулювати людей працювати над їх вирішенням; не обмежуючись поточними можливостями організації), кількісно вимірjовальним (визначити ціль так, щоб можна було виміряти ступінь приближення до неї).

Інноваційна стратегія визначена як «план досягнення (реалізації) інноваційного бачення» [1]. Основні вимоги : врахування результатів аналізу зовнішнього та внутрішнього контексту, проведеної ідентифікації потреб та очікувань зовнішніх та внутрішніх зацікавлених сторін, консультації та обговорення стратегії з зацікавленими сторонами.

Інноваційна стратегія повинна визначати: інноваційні можливості та ресурси організації; види та типи інновацій для кожної складової організації (структурного чи функціонального елементу), критерії їх ідентифікації; пріоритетні інновації, на які слід сфокусуватися; рівень новизни, на якому треба фокусуватися (наприклад, пошаговий, радикальний та / або проривний); політику забезпечення інновації людськими ресурсами ; політику в частинах нематеріальних активів та інтелектуальної власності); політику співпраці, включаючи співпрацю з третіми сторонами для отримання інноваційних ідей та допомоги в впровадженні інновацій.

Визначена доцільність документування інноваційного бачення та стратегії, проведення її оцінювання, доведення до відома співробітників в організації та зовнішніх зацікавлених сторін.

Роль вищого керівництва у формуванні IMS-системи визначена як « прояв позиції лідера» [1] у таких питаннях як : забезпечення узгодженості інноваційного бачення, стратегії, політики та цілей, визначених для ІМС, з стратегічним напрямком організації в цілому ; стимулювання культури, що підтримує інновації; забезпечення інтеграції рекомендацій IMS в бізнес-процеси організації; забезпечення необхідних ресурсів для ІМС (людських та фінансових); доведення до відомості всієї організації важливості ефективного управління інноваціями та необхідністю відповідності вимогам IMS; забезпечення досягнення поставлених цілей IMS; напрямки та підтримка людей, що вносять вклад у підвищення ефективності IMS; підтримка безперервного розвитку IMS;- підтримка інших керівників, що забезпечують вклад в ІМС.

Визначені завдання вищого керівництва щодо формування культури підтримки та розвитку інновацій, яка тлумачиться як « особливий образ мислення, відповідальність кожного працівника за інноваційний розвиток». Основними сферами сприяння визнані:

- підтримка нових ідей: створення умов та стимулювання нових ідей, формування середовища для конструктивної та позитивної роботи над ідеями, систематизації розпізнавання та / або стимулювання успішних ідей, запровадження навчання з питань генерування та просування ідей;

- розвиток комунікацій: підтримка відкритого обміну ідеями та рішеннями між співробітниками;

- заохочення відкритості та співробітництва: для просування інновацій необхідна співпраця між внутрішніми та зовнішніми зацікавленими сторонами. Інноваційні організації заохочують співробітництво та взаємне увагу, надають засоби для комунікації;

- усвідомлення необхідності конфлікту: певний рівень конфліктності стимулює обговорення та креативність, що істотно для інноваційного процесу. Конфліктність слід активно керувати, як потенційним джерелом інновацій.

- терпимість до невдач : організація повинна враховувати, що будь-яка інновація носить елемент невизначеності та ризиків, отже покарання за невдачу є неприпустимим.

Планування успіху в області інновацій. В даному розділі стандарту зазначено, що планування будь-якої діяльності, пов'язаної з IMS, має відповідати зовнішнім і внутрішнім проблемам і можливостям, потребам і очікуванням, а також інноваційному баченню і стратегії. Організація повинна планувати усі заходи з урахуванням ризиків, невизначеності та можливостей, інтегрувати і впроваджувати нове в IMS-систему, постійно оцінювати ефективність зазначених заходів.

В процесі поточного планування мають встановлюватися цілі інновації для відповідних функцій та рівнів, які мають відповідати інноваційному баченню та стратегії, бути задокументовані, доведені до відома співробітників і узгоджені, вимірні, мати практичну значимість, бути об'єктом відстеження і коригуватися в міру необхідності.

При плануванні процесу досягнення поставлених цілей інновації, мають бути визначені заходи, ресурси, відповідальність і контрольні точки для факторів підтримки (стимулювання) інновації, описаний процес інноваційного менеджменту, встановлені індикатори моніторингу успіхів IMS в короткостроковій і довгостроковій перспективі.

Фактори, що сприяють. В стандарті викладені рекомендації щодо таких факторів, які сприяють інноваціям, як : менеджмент (організація ролей і делегування відповідальності), ресурси, компетентність, поінформованість, інформаційна взаємодія, документування інформації, стратегічні людські ресурси, інтелектуальна власність та менеджмент знань.

Інноваційний процес. Вимогою стандарту є розробка та затвердження детального інноваційного процесу, що включає всі відповідні етапи від загального розуміння суті проблеми (можливості) до успішного запуску інновації. Зазначено, що можуть мати місце різні варіанти інноваційного процесу залежно від типу інновації, виду організації, її внутрішньої структури. Загальними аспектами інтегрування інноваційного процесу в типову структуру інновацій визнано: генерацію і огляд ідей (пропозицій), менеджмент пропозицій (ідей), розробку інноваційного проекту, захист і використання результатів, виведення на ринок. Стандарт містить загальні рекомендації щодо змісту та організації кожного етапу інноваційного процесу.

Найбільш повно віддзеркалені рекомендації щодо оцінки результатів інноваційного процесу. Визначено, що результати інноваційного процесу в організації діляться на фінансові (темп зростання доходу та прибутку; економію витрат організації та клієнтів; збільшення операційного прибутку; повернення коштів, вкладених в інновацію) та нефінансові (число оброблених в інноваційному процесі ідей; зростання частки ринку; ефективність процесів; популярність бренду і його репутація; вплив інновацій на кількість співробітників організації; умов роботи); нематеріальні активи (інтелектуальна власність, людські ресурси, нова технологія, виробничі відносини і т.п.); екологічна і соціальна значимість результатів інновації). Зазначено, що організація повинна визначити індикатори, суб'єктів, періодичність та критерії оцінювання результатів інновацій.

Оцінка ефективності системи інноваційного менеджменту. В стандарті зазначено, що організація повинна визначити індикатори, методи моніторингу і критерії для оцінки інноваційної стратегії, використання сприяючих та стимулюючих факторів, інноваційного процесу і його результатів. Оцінка повинна виконуватися на регулярній основі (може бути складовою внутрішнього аудиту загальної системи менеджменту), документуватися, результати оцінювання доводиться до персоналу, обговорюватися всередині організації. Визначено, що частота оцінки IMS-системи залежить від динаміки зовнішнього середовища, а також від амбіцій організації в частині подальшого підвищення ефективності інноваційного менеджменту.

Удосконалення системи інноваційного менеджменту. Головна ідея даного розділу Стандарту - організація повинна безперервно вдосконалювати свою IMS-систему. З цією метою рекомендовано ідентифікувати відхилення; проводити коригувальні заходи для усунення причин виявлених відхилень; проводити заходи, спрямовані на підвищення ефективності та результативності IMS. Доцільним інструментом вдосконалення визнано розробка "дорожньої карти" з показниками для усунення ідентифікованих вузьких місць і розвитку переваг IMS, обговорення досягнутого успіху та результатів поліпшень з зацікавленими особами всередині та зовні організації.

Методики інноваційного менеджменту. В даному розділі Стандарту зазначено, що методики охоплюють різноманітні аспекти (мається на увазі - інструменти, методи, технології тощо), необхідні для коректного вдосконалення інноваційного менеджменту, підвищення впливу

інноваційних заходів на бізнес-результати та зовнішнє середовище. Методики використовуються для розробки та вдосконалення окремих елементів IMS-системи, а також на рівні інноваційного проекту (для генерації, оцінки та відбору нових ідей, розробки інноваційного проекту, забезпечення захисту і впровадження результатів).

Стандарт розглядає, як приклад, декілька методик (але зазначає, що методичний інструментарій інноваційного менеджменту не обмежуються цими прикладами), а саме: менеджмент стратегічного моніторингу, інноваційне мислення, менеджмент інтелектуальної власності, менеджмент співробітництва та менеджмент креативності. Вибір саме цих методик для розгляду в стандарті (ч.1) та подальше присвячення ним (для викладення більш детальних рекомендацій) наступних частин стандарту (ч.2-7) може свідчити про їх базовий характер для формування IMS-системи.

Література

1. CEN/TS 16555-1:2013 "Innovation Management. Part 1: Innovation management system"
Режим доступу: <https://infostore.saiglobal.com/preview/is/en/2013/s.r.cen-ts16555-1-2013.pdf?sku=1641670>

УДК 334.330

Альона Солов'янчик
к.е.н., асистент кафедри економіки підприємств
ДВНЗ «КНЕУ ім. В. Гетьмана»,
alona.solovianchik@gmail.com

ПЕРСПЕКТИВИ START UP У КОНТЕКСТІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ КРИЗИ

ПЕРСПЕКТИВЫ START UP В КОНТЕКСТЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО РАЗВИТИЯ УКРАИНЫ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

PERSPECTIVES OF THE START UP DEVELOPMENT IN THE CONTEXT OF COMPETITIVE DEVELOPMENT OF UKRAINE IN THE CRISIS PERIOD

Анотація. Дослідження підтверджують, що Start Up як сучасна бізнес-модель реалізації новітніх ідей, стимулює зростання підприємництва та підвищує загальний розвиток економіки країни. А для України залучення додаткових інвестицій сприятиме розвитку малого та середнього бізнесу. Тому доцільно розглянути перспективи розвитку Start Up в контексті конкурентоспроможного розвитку України.

Аннотация. Исследования подтверждают, что Start Up как современная бизнес-модель реализации новейших идей, стимулирует рост предпринимательства и повышает общее развитие экономики страны. А для Украины привлечения дополнительных инвестиций будет способствовать развитию малого и среднего бизнеса. Поэтому целесообразно рассмотреть перспективы развития Start Up в контексте конкурентоспособного развития Украины.

Annotation. Start Up as a modern business model for implementing the innovative ideas, stimulates the growth of entrepreneurship and raises the overall development of the economy. Attraction of additional investments will contribute to the development of small and medium business in Ukraine. Therefore, the development of Start Up in the conditions of the crisis will contribute to the enhancement of Ukraine's competitive development.

Для створення успішного бізнесу, перш за все, потрібна унікальна ідея нового продукту або послуги, яких ще не було запропоновано споживачу. Дуже часто серед молоді ми зустрічаємо креативних людей, які здатні створити цю ідею, проте для її реалізації необхідні ресурси та фінансова підтримка. Вирішити дану проблему допомогло створення нової бізнес-моделі – Start Up. Але слід розібратися, що означає дане поняття.

Термін «стартап» (Start Up), в перекладі значить - «початок процесу» або «старт». Ввів його американський підприємець Стів Бланк, який сам створив 8 успішних стартапів. «Start Up –

це компанія, яка працює для вирішення певної проблеми, при чому рішення не є очевидним і успіх не гарантований», – зазначає Нік Блюменталь, один із засновників Warby Parker [1]. На відміну від підприємств малого бізнесу, що засновані на визначеності і передбачуваності, майбутнє Start Up ніколи не відоме.

Для України поняття Start Up відносно нове, проте у світі даною категорією оперують ще з першої половини ХХ ст.: студенти Стенфордського університету позначали словом Start Up бізнес з розробки обчислювальних машин, а популярні часописи, такі як «Forbes», «Business Week» наприкінці 70-х років використовували дану категорію для опису нестандартних фінансових проектів з високим прибутком. Деякі пов'язують виникнення Start Up з 1930 роком, коли в Америці двоє студентів заснували маленьке Start Up (нині – Hewlett-Packard) [2,3].

Нині вже існує багато визначень даної категорії, проте виділимо основні ознаки Start Up: невелика нова компанія, створена групою молодих людей, які працюють за нову ідею; мінімальні капіталовкладення та проблеми з фінансуванням; обмеженість ресурсів, необхідність залучення додаткових інвестицій для реалізації ідеї; швидкий розвиток, проте високі ризики щодо неуспішності проекту; висока гнучкість та можливість адаптації до змін навколишніх умов діяльності.

Кожен Start Up включає свої етапи розвитку, в літературі виділяють різні підходи [4]: ідея – виділення етапів реалізації проекту – підготовка технічного завдання – реалізація ядра стартапу – розвиток – модернізація; ідея – інкубатор – акселератор – вихід на ринок; зародження – становлення – ранній розвиток – розширення – зрілість; посів – запуск – зростання – розширення – вихід; ідея – команда – ринок – концепція – технічне завдання – прототип – тестування – альфа-версія – закрыта бета-версія – публічна бета-версія – запуск – пошук інвесторів. Серед відомих Start Up, що досягли значного успіху є такі, як Нова Пошта, Amazon, Uber, Airbnb, Facebook, Вікіпедія; YouTube; Instagram; Twitter; Microsoft, Rozetka.

Розглянемо етапи розвитку Start Up на прикладі компанії «Нова пошта». Розвиток будь-якого Start Up починається з ідеї: у 2001 році двоє студентів В'ячеслав Клімов та Володимир Поперешнюк вирішили запропонувати українцям нову послугу – швидку та зручну доставку, а ідея така з'явилася, адже Володимир мав невеликий кондитерський бізнес, перед яким постійно стояло питання, як транспортувати товар з Полтави до Києва. Таким чином з'явилася, на перший погляд, дуже проста, але при цьому геніальна бізнес-ідея, яка полягала в створенні легких та безпечних доставок будь-яких вантажів по всій Україні. На другому етапі запуску команда компанії складала лише 7 чоловік зі стартовим бюджетом 7000 дол, було відкрито 3 офіси (у Києві, Харкові та Полтаві), доставку вони робили самостійно, при цьому витрачаючи більше коштів, аніж була вартість доставки, але вони вперше запропонували послугу доставки до дверей та запровадили культуру експрес-доставки серед населення та компаній. Протягом трьох років молоді ентузіасти працювали на пошук клієнтів, абсолютно не отримуючи прибутку, головна задача була – створити мережу. Поступово вони перейшли на етап зростання: з 2005 року у компанії почали з'являтися постійні корпоративні клієнти, а на ринок вийшли конкуренти, які створили конкурентну боротьбу. Таким чином, постало питання створення ефективної управлінської структури та системи мотивація для співробітників. Набираючи обертів, Start Up «Нова Пошта» вийшов на етап розширення: з 2007 року компанія вперше почала демонструвати стабільні показники прибутковості, створено філіали в найбільших містах України. Незважаючи на кризу 2008 року, проводилася оптимізація логістики, змінювалися підходи до мотивації персоналу та маркетингу, покращувався сервіс, і вже у 2009 році компанію «Нова Пошта» визнано лідером на ринку. На прикладі Start Up «Нова Пошта» ми бачимо, що така бізнес-модель дозволяє реалізувати новітню ідею з мінімально залученими інвестиціями, побудувати ефективну систему управління, спроможну вести конкуренту боротьбу з іншими підприємствами.

Враховуючи той факт, що запуск Start Up і так пов'язаний з невизначеністю щодо результатів діяльності, в період кризи та нестабільності економіки країни їх запуск менш ризиковий, аніж створення звичайних підприємств. Насправді, криза є одним з найбільш вдалих моментів для створення нового бізнесу. Генеральний директор Startup Ukraine Петрова Анна слушно зазначає: «...не варто вважати, що криза – фінальна точка в розвитку всіх проектів. Навпаки, це непоганий тест для стартапів, що допомагає визначити слабкі місця, оцінити тенденції і можливості» [6]. Усі Start Up з самого початку націлені не на отримання прибутку, а

на виживання, покриття витрат та головне – втілення ідеї, тому їх легше вижити в період кризи, порівняно з іншими підприємствами.

Але слід пам'ятати, що для успішного розвитку Start Up необхідні сприятливі умови в державі. Серед основних проблем, які гальмують розвиток Start Up в Україні – це недостатнє фінансування з боку держави, міграція нових ідей закордон, висока ризикованість запуску, недосконалість законодавчої бази регулювання Start Up тощо. Для вирішення даних загроз слід запроваджувати програми державної підтримки Start Up, посилювати інформаційне забезпечення Start Up щодо можливостей участі в міжнародних програмах, що дозволить залучати додаткові інвестиції для їх реалізації.

Література

1. Что такое стартап по мнению создателей. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://equity.today/startups.html>
2. Колесник В. І. Управління сатрапами в Україні: проблеми та перспективи / В. І. Колесник // Економіка харчової промисловості. - Том 9, Випуск 4/2017. – С. 57-61.
3. Мрихіна О. Б. Перспективи стартап-компаній у контексті конкурентоспроможного розвитку українського ринку високих технологій / О. Б. Мрихіна, А. Р. Стояновський, Т. І. Міркунова // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – № 9. – С. 215–225.
4. Мельниченко В. О. Стартап: сутність, ознаки, етапи розвитку [Електронний ресурс] / В.О. Мельниченко, О. А. Мельниченко // Актуальні проблеми розвитку управлінських систем: досвід, тенденції, перспективи: матеріали щоріч. наук.-практ. конф., 30 березня 2016 р. – Режим доступу : <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/conf/2016-2/doc/2/11.pdf>.
5. Офіційний сайт компанії «Нова Пошта»: <https://novaposhta.ua>.
6. Петрова Анна. Создание стартапов в кризис: почему это так необходимо? / Insider/ — [Електронний ресурс] — Режим доступа: <http://www.theinsider.ua/rus/business/5594ddc4e9afb>

УДК 338.242.2

Наталія Чухраєва

*к.е.н., доцент кафедри економіки підприємств
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»,
0612nataliya@gmail.com*

ПРИНЦИПИ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ КОМАНДИ START-UP: УКРАЇНСЬКИЙ ДОСВІД

ПРИНЦИПЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЭФФЕКТИВНОЙ КОМАНДЫ START-UP: УКРАИНСКИЙ ОПЫТ

PRINCIPLES FOR FORMATION OF EFFECTIVE TEAM START-UP: UKRAINIAN EXPERIENCE

Анотація. В роботі досліджено проблеми розвитку інноваційного підприємництва вітчизняної економіки, розглянуто досвід успішного українського Start-up. Запропоновано принципи, що сприятимуть формуванню ефективної команди як одного з ключових факторів успіху Start-up у сфері малого бізнесу.

Аннотация. В работе исследованы проблемы развития инновационного предпринимательства отечественной экономики, рассмотрен опыт успешного украинского Start-up. Предложены принципы, способствующие формированию эффективной команды как одного из ключевых факторов успеха Start-up в сфере малого бизнеса.

Annotation. In work problems of development of innovative business of domestic economy are investigated, experience of successful Ukrainian Start-up is considered. The principles promoting the formation of an effective team as one of the key factors for the success of Start-up in the sphere of small business are proposed.

Скоординованість мотивів і цілей в системі або в колективі - найважливіший фактор, що впливає на успіх будь-якого підприємницького проекту. Працюючи в Start-up, люди повинні розуміти, що ті цілі, які не перебувають у фарватері підприємницької стратегії найближчим часом задовольнити неможливо: в Start-up настає криза і він припиняє працювати.

Будь-який бізнес гармонійно розвивається тільки тоді, коли ним грамотно займаються професіонали. Тому від команди, яка працює над Start-up, залежить дуже багато [1]. Команда переважно складається від 2 до 5 осіб. Цього достатньо, щоб на початковому етапі розподілити обов'язки та не обтяжувати підприємство зобов'язаннями з виплати зарплати.

Але знайти професіоналів для команди Start-up дуже складно, особливо якщо ініціатор вперше починає підприємницький проект.

Ключовим фактором успіху Start-up є формування ефективної команди, для чого необхідно дотримуватись наступних принципів:

по-перше, засновників Start-up не повинно бути більше 3. Решта учасників команди - наймані працівники, які отримують стабільну зарплату або відсоток від доходу, встановлений заздалегідь, до того, як підприємство почало працювати. Засновники зобов'язані на початковому етапі отримувати доходи лише в тому обсязі, який потрібен їм для «біологічного виживання», всі вільні кошти повинні бути спрямовані на подальший розвиток компанії [2]. Засновники повинні бути одностайними, які взмозі плідно працювати разом і здатні повністю розуміти один одного. Крім того, між засновниками потрібно розподілити обов'язки, для цього вони повинні володіти знаннями в різних областях. Недостатньо просто запросити своїх знайомих займатися бізнесом - потрібно брати до справи тільки компетентних людей, які здатні нарощувати вартість бізнесу. При цьому один із засновників повинен бути готовий прийняти на себе відповідальність і обов'язки лідера, що приймає остаточні рішення, а інші повинні бути готові підкорятися і виконувати ці рішення;

по-друге, до підбору найманих працівників також потрібно підходити дуже ретельно. На кожную посаду слід обирати тільки кваліфікованого робітника, який знає свою роботу. Оскільки коштів на початку роботи малого інноваційного підприємства, як правило, дуже небагато, необхідно адекватно визначити мінімальну чисельність персоналу для виконання всіх завдань і обов'язків. Лідер не повинен брати більшу частину роботи на себе, але при цьому не перевантажувати свій персонал, ставлячи завдання за трудомісткістю вище, ніж це можливо фізично виконати одному середньому працівнику. Перевантаження згубно позначаються на якості та продуктивності праці. Розширення штату співробітників компанії проводиться далеко не на початковому етапі, тільки після отримання реального прибутку або залучення достатніх для цього інвестицій;

по-третє, основний капітал Start-up – це корисні зв'язки та знайомства. Лідер команди повинен проводити достатньо часу на «інноваційних тусовках», заводити корисні знайомства і формувати зв'язки. Навіть якщо в даний момент засновник Start-up не готовий приймати людей на роботу, розширюючи свій Start-up, він повинен шукати й тримати в резерві декількох професіоналів, яких можна в будь-який момент долучати до реалізації своєї бізнес-ідеї, як на разові завдання, так і на постійну роботу. Таким чином, підприємець-початківець забезпечує своє мале інноваційне підприємство можливістю швидко розширяться без тривалих і болісних пошуків працівників в майбутньому. Часто ідеї для успішних Start-up виникали випадково. Але люди, що володіють підприємницьким талантом достатньо креативні, здатні узагальнити ринкову ситуацію, виділити найменші зміни тенденцій технологічного розвитку галузей, тому будь-яка нестандартна ситуація здатна наштовхнути на ідею для Start-up.

Ідея проекту Petcube - пристрій або робот, що дозволяє грати з тваринами через інтернет, з'явилася у технічного директора команди Олександра Нескіна. Йому потрібно було зайняти свого пса, коли той залишався вдома на самоті. Підключаючи будь-який пристрій з доступом до інтернету до комп'ютеру з камерою, можна було спостерігати за тим, що відбувалося в кімнаті. Знаючи, що пес нудьгував без господарів, з'явилася ідея приєднати до рухомої камери лазерну указку, за допомогою якої щеня ганяв за червоною крапкою, яка йому практично не набридала. Підприємець показав проект друзям і реалізував програмну можливість доступу до гаджета різним людям. Проект настільки подобався всім, хто його бачив, що це дало поштовх зробити з ідеї бізнес. Зараз Petcube - один з найбільш успішних і відомих стартапів України, що виник у 2012 році та з того часу залучив 13,8 млн. дол. інвестицій, запустивши продажі у 2,5 тис. фізичних магазинах США та на Amazon. В даний час пристрій Petcube Bites отримало премію

платформи Product Hunt Golden Kitty Awards в номінації "Найбільш дивний продукт року", обігнавши при цьому "The Boring Company" Ілона Маска [3].

Зараз в Україні з'явився клас інвесторів, які володіють тимчасово вільними коштами, не мають можливості вирішити, куди вкласти свої гроші, оскільки в умовах фінансової нестабільності багато традиційних інвестиційних інструментів втратили привабливість і перспективність, але придбали досить високу ризикованість. У країні, як показує досвід, з'явилися інвестори, готові вкласти значні кошти в перспективні Start-up.

Для підвищення інвестиційної привабливості Start-up, поряд з ідеєю необхідно сформувавши ефективну бізнес-ідею, яка повинна виглядати досить переконливо і мати мінімальний рівень невизначеності, хоча, як правило, мова йде про щось нове для користувача, недостатньо перевірене і невідоме. У інвестора виникає невизначеність відносно реакції аудиторії на ту чи іншу ідею, сприйняття бізнес-моделі, зацікавленості товарами, що пропонуються, роботами, послугами, технологіями тощо. Але ретельно продумана і грамотно здійснена презентація бізнес-ідеї здатна переконати та налаштувати інвестора лояльно, тому підприємець-початківець повинен бути готовий транслювати свою ідею і бізнес-ідею зрозумілим доступним засобом до середовища потенційних партнерів. Крім того, оскільки у Start-up немає ринкової історії, бренду та інших інструментів для залучення інвесторів, його лідеру потрібно запропонувати неординарні рішення, нестандартні бізнес-ідеї, оригінальні моделі функціонування свого підприємства.

Таким чином, ефективно і грамотно побудована команда Start-up, разом із загальними ключовими факторами успіху, повинна створити унікальні (оригінальні, що виділяються на загальному тлі) ідеї та бізнес-ідеї, що прагнуть до залучення якомога більшого обсягу ресурсів у свій розвиток.

Література

1. *Магдануров Г.* Предпринимательство в IT: методич. пособ. / Г. Магдануров. – 2013. – 135 с.
2. *Ash Maurya.* Running Lean / Maurya Ash. – 2013. – 278 с.
3. Економічна правда. Український Petcube обігнав Маска на премії Product Hunt. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/news/2018/01/30/633523/>

УДК 338.242.2

Наталія Чухраєва

*к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»,*

0612nataliya@gmail.com

Владислав Яременко

*студент 5 курсу факультету економіки та управління
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»,*

jaremenk-vladk@ukr.net

РОЛЬ ТА МІСЦЕ БІЗНЕС-ІНКУБАТОРІВ В ЕКОНОМІЦІ ЗНАНЬ

РОЛЬ И МЕСТО БИЗНЕС-ИНКУБАТОРОВ В ЭКОНОМИКЕ ЗНАНИЙ

ROLE AND PLACE OF BUSINESS INCUBATORS IN THE ECONOMY OF KNOWLEDGE

Анотація. У роботі визначено і проаналізовано сутність та роль бізнес-інкубаторів, їх функціонування та використання в усьому світі. Виявлено вплив бізнес-інкубаторів на інноваційний розвиток та розвиток економіки загалом.

Аннотация. В работе определены и проанализированы сущность и роль бизнес-инкубаторов, их функционирование и использование во всем мире. Вывявлено влияние бизнес-инкубаторов на инновационное развитие и развитие экономики в целом.

Abstract The work defines and analyzes the essence and role of business incubators, their functioning and use throughout the world. The influence of business incubators on innovative development and development of the economy as a whole is revealed.

Найбільш популярними міжнародними організаціями на сьогодні є: Національна асоціація бізнес-інкубаторів Сполучених Штатів (США) (2007 рік), бізнес-інкубатор Великобританії (UKBI, 2007), InfoDev - керівництво групи Світового банку (InfoDev, 2009), Організація економічного співробітництва та Розвитку (OECD, 1997), Європейська мережа бізнесу та інновацій та Європейська комісія (ЄС 2002), що зосереджені на виконанні бізнес-інкубаційних та інноваційних програм, спрямованих на зміцнення успішного зростання економічного та соціального розвитку.

Інноваційний центр (бізнес-інкубатор) – це місце, спрямоване на економічний розвиток через підтримку компаній-початківців та розвиток їх бізнесу, а також існуючих малих та середніх компаній [1]. Тобто це спеціалізований заклад, в якому створені умови для розроблення і застосування суб'єктами малого та середнього підприємництва інноваційних технологій. Серед розмаїття визначень бізнес-інкубатору, таких як: ефективні зв'язки талантів, організації передачі технологій, системи руху капіталу та групи технічних ноу-хау для залучення підприємницьких талантів та прискорення розвитку нових компаній, Хакет і Ділс визначають бізнес-інкубації як певний засіб, який намагається забезпечити свій проект стратегічною доданою вартістю за допомогою системи втручання з моніторингу та надання допомоги підприємцям. Власне бізнес-інкубатор є інструментом який представляє собою певну допоміжну стратегічну силу, яка значно підвищує успішність проекту та його реалізацію у майбутньому. Отже головна мета програми інкубації — готувати і випускати інноваційні підприємства, які після завершення інкубаційного періоду в перспективі мають стати фінансово життєздатними й автономними. Зазвичай тривалість перебування новоутвореної фірми в інкубаторі в більшості випадків не перевищує термін три роки, що є достатнім для самостійного вирішування господарських проблем [5].

Варто виокремити поняття інновації та трансферу технологій, як ключових складових, без яких сутність бізнес-інкубатора втрачає сенс. Інновація - це процес внесення змін та новизни у продуктах, послугах та діловій практиці, що створюють економічні та соціальні вигоди. ЄС та OECD визначає інновації як впровадження нового або значно вдосконаленого продукту, послуги, процесу, нового маркетингового методу або нового організаційного методу в діловій практиці, організації роботи або зовнішніх зв'язках. Трансфер технологій визначають як розвиток технологій за допомогою дослідницьких програм університетів, що включають інструменти дослідження та формальне ліцензування винаходів та програмного забезпечення [2].

Багато науковців акцентують увагу на важливості бізнес-інкубатору як одного з інструментів економічного зростання країни. Найважливішим елементом інкубаторів на ранніх стадіях є послуги, такі як мережеві зв'язки та кластеризація. Крім того, дослідження Абетти П. А. показали, що показник виживання в межах інкубаторів становить близько 95%, що свідчить про доцільність і необхідність приєднання компаній до програми. Проведений статистичний аналіз на основі окремо взятих проектів підтверджує, що вартість однієї роботи становить 6450 євро, при цьому середній темп зростання продажів збільшується на 160% на рік протягом та після інкубаційного періоду [3].

Висновки Аль-Мубаракі також свідчать про успішне функціонування інкубаторів та реалізацію інноваційних програм, що може призвести до:

1. посилення економічного розвитку шляхом створення робочих місць;
2. посилення підприємницького клімату;
3. комерціалізація та передача технологій для випускних компаній;
4. стійкість випускних компаній на ринку з високим рівнем виживання;
5. прискорення інновацій із розумним продуктом та послугами;
6. диверсифікація економіки за результатами компаній, таких як інновації

та технології [4].

Соціальне значення бізнес-інкубаторів на ринку праці та їх вплив на економічний розвиток загалом підтверджується іншими дослідженнями, а саме :

- фінансові показники бізнес-інкубаторів є найвищими у всьому світі, що відображає позитивний вплив на економічний розвиток;
- інкубатори відіграють активну роль у вихованні бізнесу та збільшенні показників виживання на ранніх стадіях початкових компаній. Бізнес-інкубатори та

інноваційні програми стали важливою темою у всьому світі та сприяють економічному зростанню.

– моделі бізнес-інкубаторів, що були визначені як високотехнологічні, сприяли поширенню та розвитку технологічних секторів у кожній країні новими продуктами та новими послугами. Стійкість інноваційних програм та програм бізнес-інкубаторів забезпечується високим рівнем виживання (81-90%) підприємств малого та середнього бізнесу і стійкістю інноваційних програм, які ґрунтуються на високому рівні створення робочих місць (понад 50 робочих місць на рік) та великій кількості випускників і компаній-замовників (близько 25 компаній на рік) [8].

Інше дослідження NBIA показало, що життєво важливими цілями програм бізнес-інкубаторів є диверсифікація місцевої економіки та прискорення зростання місцевої промисловості. Національна асоціація NBIA продемонструвала, що найпопулярнішим типом бізнес-інкубаторів стали технологічні інкубатори [6].

Бізнес-інкубатори можуть бути забезпечені інноваціями за допомогою:

- формування досвідченого ринку підприємців;
- генерування соціального капіталу;
- надання інформації про існування;
- наявності технологічних рішень.

Хоча і бізнес-інкубатори реалізують успішну підтримку підприємця надаючи широкий спектр послуг, поряд з цим, в країнах, що розвиваються, бізнес-інкубатори мають ряд і негативних тенденцій [7]:

1. залежність інкубатора від уряду як основних спонсорів для досягнення цілей самостійності;
2. більшість культурних показників наближені до низького рівня таких як інновації, креативність, цифровий підйом підприємництва, вміння та світова освіта;
3. вплив на політику формує різні перспективи, такі як роль уряду та університетів в управлінні та фінансуванні інкубаторів.

Отже, не зважаючи на зазначені недоліки, бізнес-інкубатори - це об'єкт економічного та соціального розвитку, що призначені забезпечувати необхідною інфраструктурою потенційних компаній-початківців, допомагати їм у створенні та прискоренні їхнього зростання та успіху завдяки комплексній програмі підтримки бізнесу. Головна мета - побудувати успішні інноваційні підприємства, які в майбутньому, крім того, що стануть фінансово життєздатними та самостійними, сприятимуть появі нових робочих місць, впровадженню нових технологій і створенню цінності національної економіки країни.

Література

1. InfoDev. (2009). Mixed-use Incubator Handbook: A Start-up Guide for Incubator Developers, JBV 2002. Lesson 17: Business incubators. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.jbv.com/lessons/lesson17
2. Hardy, R. (2010). Report of COUNCIL ON GOVERNMENTAL RELATIONS. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.cogr.edu/sites/default/files/21_Questions_Paper.pdf
3. Abetti, P.A. (2014), 'Government-supported incubators in the Helsinki region: Infrastructure, results and best practice', Journal of Technology Transfer 29 (1), 19-40.
4. Аль-Мубаракі, Х., Ахмед А., Аль-Аджемей Р. Кращі практики бізнес-інкубаторів у розвинутих країнах та країнах, що розвиваються: дорожня карта для країн Ради співробітництва в Перській затоці / Х. Аль-Мубаракі, - Університет Сассексу, Англія: Всесвітня асоціація сталого розвитку, 2014 - С. 23.
5. NBIA (National Business Incubation Association). (2009). What is Business Incubation? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://research.aston.ac.uk/portal/files/18872941/Business_incubation_literature_review_and_suggestions_for_situated_theorising.pdf
6. Campbell, D. F. J., & Carayannis, E. G. (2014). Explaining and comparing quality of democracy in quadruple helix structures: the quality of democracy in the United States and in Austria, challenges and opportunities for development. In E. G. Carayannis, D. F. J. Campbell, & M. P. Efthymiopoulos (Eds.), Cyber-development, cyber-democracy and cyber-defense. challenges,

opportunities and implications for theory, policy and practice (pp. 117–148). New York, NY:Springer. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://link.springer.com/chapter/10.1007/978-1-4939-1028-1_4

7. Аль-Мубаракі, Х., Мухаммад А., & Буслер М. Інновації та підприємництво - потужні інструменти для сучасної економіки, основаної на знаннях./ Х. Аль-Мубаракі - Springer Publishers, 2015 – С.36.

8. Wyncarczyk, P., & Raine, A. The performance of business incubators and their potential development . / P.Wyncarczyk, A. - Raine Local Economy, 2015 - 20(2), 205–220 с.

Секція № 7

Підприємницький потенціал університетів та перспективи розвитку освітніх програм в галузі інноваційного підприємництва

УДК 338.46 + 316.346.2

Оксана Вінська

*к.е.н., доцент, доцент кафедри європейської інтеграції,
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,
oksana_v@hotmail.com*

Володимир Токар

*д.е.н., професор, професор кафедри міжнародних фінансів,
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,
tokarww@ukr.net*

СПРИЯННЯ ГЕНДЕРНІЙ РІВНОСТІ В УКРАЇНІ ЗА ДОПОМОГОЮ ОСВІТНИХ ПРОГРАМ З ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

СОДЕЙСТВИЕ ГЕНДЕРНОМУ РАВЕНСТВУ В УКРАИНЕ С ПОМОЩЬЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ ПО ИННОВАЦИОННОМУ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВУ

FOSTERING GENDER EQUALITY IN UKRAINE VIA EDUCATIONAL PROGRAMS ON INNOVATION ENTREPRENEURSHIP

Анотація. Авторами розкрито напрями трансформації освітніх програм для імплементації в Україні ефективного досвіду ЄС та США стосовно залучення студенток до вивчення дисциплін НТІМ-блоку (наука, технологія, інженерія та математика) як базового для подолання гендерних розривів в інноваційному підприємстві.

Аннотация. Авторами раскрыты направления трансформации образовательных программ для имплементации в Украине эффективного опыта ЕС и США по привлечению студенток к изучению дисциплин НТИМ-блока (наука, технология, инженерия и математика) как базового для преодоления гендерных разрывов в инновационном предпринимательстве.

Annotation. The authors reveal directions of transforming educational programs for implementing in Ukraine effective experience of the EU and USA of engaging female students in STEM courses (science, technology, engineering and mathematics) for overcoming gender gaps in innovation entrepreneurship.

Сучасний стан глобальної економіки характеризується бурхливим розвитком інновацій, які визначаються запорукою успіху країн-лідерів. Саме тому країни-члени ЄС, Південна Корея, Японія, Швейцарія, Ізраїль, США та інші провідні економіки світу обрали шлях на побудову інклюзивної економіки, яка передбачає толерантне ставлення до культурного, релігійного, гендерного та етнічного розмаїття, що має сприяти поширенню новітніх ідей та підходів й посиленню духу креативності у соціально-економічному середовищі. Всі без винятку прогресивні країни світу влучно зазначають необхідність підтримки гендерної рівності та відмови від стереотипів і забобонів, які стримують креативну підприємницьку сутність жіноцтва. Жінки мають стати повноправними членами суспільства, що буде демонструватися їх адекватним представництвом на найвищих щаблях в державному та приватному секторах економіки. Для досягнення цієї мети ключовою є саме освіта, яка відповідає вимогам часу, стимулює лідерські якості жінок та навчає інструментарію успішного ведення ними підприємницької діяльності, що й свідчить про надзвичайну актуальність обраної теми. Саме тому, завданням цього дослідження є показати важливість освітніх програм з інноваційного підприємництва для покращення гендерної рівності в Україні в умовах євроінтеграційних прагнень нашої держави та її наближення до відповідних стандартів та цінностей ЄС.

У наших попередніх роботах ми дослідили, що гендерна рівність має позитивний вплив на рівень соціально-економічного розвитку [4], а також сприяє інноваційній конкурентоспроможності країн [3], а отже має всіляко заохочуватися урядами країн, які прагнуть

покращити своє політичне та соціально-економічне становище на міжнародній арені. Більше того, ми довели, що має місце розрив в економічних можливостях за гендерною ознакою [2], що свідчить про необхідність боротися з дискримінацією жінок і стимулювати їх прагнення до ведення інноваційної підприємницької діяльності. Варто відмітити, що в епоху розвитку технологій більшість інновацій тісно пов'язані з галузями STEM (science, technology, engineering and mathematics – наука, технології, інженерія та математика), але ці сектори традиційно вважаються чоловічими, що є яскравим проявом суспільних стереотипів. Чомусь вважається, що чоловіки мають більше хисту до точних наук, що зовсім не підтверджується достовірними науковими дослідженнями. Звичайно такі забобони відваджують жінок від сумлінного навчання точним дисциплінам, що знижує їх потенційні можливості стати успішними у ключових та найбільш оплачуваних галузях економіки в майбутньому. Глобальне дослідження щодо жінок у галузях STEM [1] показує, що в ЄС жінки складають лише 27,4% серед випускників вишів з інженерною освітою, тому не дивно, що лише 32,2% жінок були зайняті у високотехнологічному виробництві та послугах Євросоюзу. В США жінки становили менше 35% випускників в галузі STEM, відповідно серед зайнятих у секторах комп'ютерних технологій та математики жінки склали 25,5%, а архітекторів та інженерів – лише 14,2 %. Слід зазначити, що жінки, які працюють в галузях STEM отримують заробітні плати на 35% вищі, ніж жінки зайняті в інших секторах економіки. Тривогу викликає те, що 53% жінок, що розпочали кар'єру у сфері STEM залишають роботу через відчуття ізольованості, надмірне чоловіче домінування, неефективний зворотній зв'язок та відсутність спонсорства їх ідей. Не дивно, що лише 12,2% топ-менеджменту в галузі інформаційних технологій, тобто сектору який характеризується високими заробітними платами та можливостями професійного зростання, представлені жінками.

З огляду на вищезазначене, можна зробити висновок, що існує суттєва проблема щодо представленості жінок в перспективних інноваційних галузях економіки, що може поглибити гендерний розрив в оплаті праці в майбутньому і завадити реалізації ідей досягнення гендерної рівності в глобальному масштабі. Україна не стоїть осторонь цієї проблеми, а відтак має задіяти ефективні важелі задля стимулювання навчання дівчаток дисциплінам STEM та подальшої зайнятості жінок в інноваційних галузях економіки. Для цього варто розвінчувати стереотипи та заохочувати школярок до точних наук. Державі варто фінансувати безкоштовні літні курси дисциплін STEM для дівчаток, для чого необхідно вивчити американський досвід, де це активно практикується. Для студенток, які оберуть навчання в галузі точних наук, варто запровадити додаткові стипендії та змінити робочі програми університетів, зробивши їх більш адаптованими для жіночого сприйняття, зокрема включити дисципліни, які навчатимуть жінок особливостям процесу створення стартапів та роз'яснюватимуть як гендерні стереотипи стримують підприємницьку ініціативу та заважають становленню успішних інноваторок. Держава має також перейматися доступним фінансуванням стартапів жінок, які потерпають від обмеженого доступу до кредитних ресурсів приватних банків через наявність забобонів щодо відсутності підприємницького хисту у жінок.

Література

1. Women in Science, Technology, Engineering, and Mathematics (STEM) [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.catalyst.org/knowledge/women-science-technology-engineering-and-mathematics-stem>.
2. Вінська О. Й. Economic Opportunity and Participation Gender Gap in EU Member-States / О. Й. Вінська, В. В. Токар // Економічний простір. – 2017. – Вип. 118. – С. 16-24.
3. Вінська О. Й. Взаємозалежність гендерної рівності та інноваційної конкурентоспроможності країн ЄС [Електронний ресурс] / О. Й. Вінська, В. В. Токар // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2016. – № 12. – С. 18-22. – Режим доступу: <http://global-national.in.ua/archive/12-2016/6.pdf>.
4. Вінська О. Й. Гендерна рівність та соціально-економічний розвиток країн-членів Європейського Союзу [Електронний ресурс] / О. Й. Вінська, В. В. Токар // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. – 2016. – № 2. – С. 32-36. – Режим доступу: http://www.easterneuropeebm.in.ua/journal/2_2016/08.pdf.

Наталія Жовнір

*к.е.н, доцент кафедри економічної теорії та економічної кібернетики
Полтавського національного технічного університету ім. Юрія Кондратюка,
ame676@ukr.net*

Раїса Шинкаренко

*к.е.н, доцент кафедри економічної теорії та економічної кібернетики
Полтавського національного технічного університету ім. Юрія Кондратюка,
aisha.shynkarenko@gmail.com*

РОЗВИТОК ТА ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ МОЛОДІЖНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У ПОЛТАВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

РАЗВИТИЕ И ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ПОЛТАВСКОЙ ОБЛАСТИ

DEVELOPMENT AND GOVERNMENT REGUIATION OF YOUTH ENTERPRISE IN POLTAVA REGION

Анотація. У даній статті висвітлено значимість молодіжного підприємництва для забезпечення ефективної зайнятості молоді; визначені функції молодіжного підприємництва та окреслені основні заходи для підтримки розвитку молодіжного підприємництва.

Аннотация. В данной статье отражена значимость молодежного предпринимательства для обеспечения эффективной занятости молодежи; определены функции молодежного предпринимательства и очерчены основные мероприятия для поддержки развития молодежного предпринимательства.

Annotation. In this article is reflected meaningfulness of youth enterprise for providing the effective employment of young people; the functions of youth enterprise are certain and basic measures are outlined for support the development of youth enterprise.

Сфера підприємництва – це важливий сектор розвитку економіки держави та регіону. Підприємці беруть на себе відповідальність та ризики ведення підприємницької діяльності та створюють матеріальні й нематеріальні блага, які є основою розвитку країни, формують значну частину податкових надходжень державного та місцевого бюджетів.

Полтавська область – аграрно-промислова область, з високим науковим, освітнім і культурним потенціалом.

За даними Головного управління статистики у Полтавській області, станом на 01.01.2018 структура підприємств області за їх розмірами така: частка малих підприємств від загальної кількості складала 94,6%, середніх – 5,3%, великих 0,1%. Отже, 99,9% усіх підприємств області – малі та середні.[1]

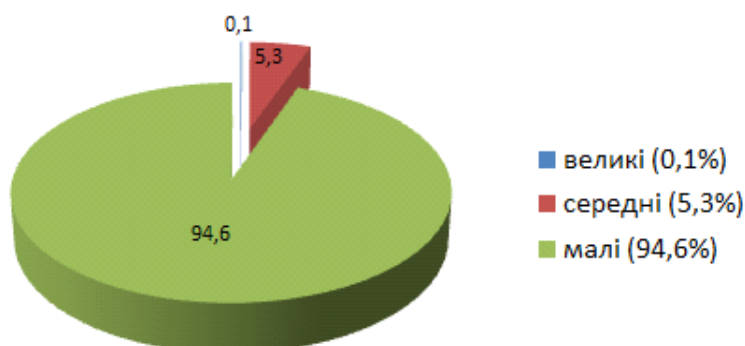


Рис. 1 Структура підприємств Полтавської області за їх розмірами

Розглядаючи динаміку за останні два роки, слід відмітити зростання кількості малих підприємств на 176 одиниць. Проте відбулося зменшення кількості середніх підприємств на 27 одиниць та великих – на 5 одиниць.

Усього у сфері малого та середнього підприємництва станом на 01.01.2018 працювало 45907 (22,0% від загальної кількості найманих працівників) та 109636 (52,4% від загальної кількості найманих працівників) осіб відповідно. Загальна кількість найманих працівників, за даними Головного управління статистики у Полтавській області, становить 209010 осіб.[1]

Соціальна функція молодіжного підприємництва полягає у забезпеченні зайнятості молоді, створенні умов для реалізації її потенційних можливостей та проявляється у формуванні ініціативних, здатних досягати поставленої мети особистостей.

Традиційно Центром тренінгових технологій спільно із Полтавським обласним інститутом післядипломної педагогічної освіти імені М. В. Остроградського проводиться Чемпіонат області з основ підприємництва «Крок до бізнесу» серед учнів старших класів.

У 2014 році розпочав свою роботу молодіжний бізнес-інкубатор при Полтавському національному технічному університеті імені Юрія Кондратюка. Бізнес-інкубатор забезпечений комп'ютерною та оргтехнікою, розроблені відповідні навчальні та тренінгові програми. В рамках молодіжного бізнес-інкубатора студентами в процесі навчальної діяльності здійснюється договірна робота з підприємствами, де основним виконавцем виступає студент. Така співпраця дає можливість адаптувати студента до вимог організації підприємницької діяльності. [2, с 25-30]

Щорічно з 2010 року близько 40 осіб приймають участь в проекті Школа з основ підприємницької діяльності «Молодь обирає бізнес», що реалізовує Комунальна установа Обласний молодіжний центр Полтавської обласної ради.

Результатом діяльності Школи є відкриття Містечка молодих підприємців в ТРЦ «Київ». Протягом шести сезонів Школи учасники проекту реалізували різні проекти, серед них відомі такі як «Чарівний ключик», Дизайн студія «Мармелад», шведсько-український проект з відкриття ІТ-Академії «Beetroot Academy» і багато інших ініціатив.

При Обласному молодіжному центрі Полтавської обласної ради надаються безкоштовні консультації з питань реєстрації і започаткування власної справи, написання соціальних проектів і пошук джерел фінансування.

Планується продовжити роботу з залучення жителів сільської місцевості до підприємницької діяльності. Впродовж вересня – листопада 2018 року в області реалізується проект «Крок до підприємництва» за підтримки Обласного молодіжного центру та представництва DVV International в Україні, мета якого поліпшення соціально-економічного стану населення через відкриття сімейного бізнесу. Останнім часом до жителів сільської місцевості та молоді додалися такі дві групи з високим ступенем безробіття як внутрішньо переміщені особи та учасники антитерористичної операції.[3, с 35-42]

Полтавським національним технічним університетом імені Ю. Кондратюка вже розроблено навчально-тренінгову програму для відкриття власної справи для колишніх воїнів АТО, яку планується після незначної адаптації використати і для залучення до підприємницької діяльності внутрішньо переміщених осіб.

З метою залучення до підприємництва внутрішньо переміщених осіб, учасників антитерористичної операції, а також підвищення кваліфікації кадрів, що працюють в малому бізнесі Агенцією регіонального розвитку планується запровадити тренінги з бізнес-планування та проблемних питань.

Реалізація бізнес-проектів в сільській місцевості, проектів молоді, внутрішньо переміщених осіб, учасників антитерористичної операції, а також проекти направлені на розвиток соціально орієнтованого підприємництва слід вважати пріоритетними.

Метою програми підтримки молодіжного підприємництва є спрямування дій місцевих органів влади, суб'єктів малого та середнього підприємництва, об'єднань і спілок підприємців, установ ринкової інфраструктури на створення сприятливих правових, економічних, морально-психологічних, організаційних та інших умов для стабільної та ефективної роботи молоді у сфері підприємницької діяльності [4, с 11-16].

Завданнями програм розвитку молодіжного підприємництва є формування економічно активної поведінки та підприємницького способу мислення молоді, навичок і мотивації до розвитку малого та середнього бізнесу; формування корпоративної культури та свідомості щодо переваг підприємництва серед молоді; висвітлення значимості молодіжного підприємництва не лише як способу вирішення проблеми зайнятості молоді, але й як ресурсу модернізації та підвищення конкурентоспроможності економіки Полтавської області.

Очікувані результати політики молодіжного підприємництва є збільшення кількості молодих осіб, що здійснюють підприємницьку діяльність підвищення рівня зайнятості молоді.

У Полтавській області розроблено наступні напрями розвитку та стимулювання молодіжного підприємництва:

1. Продовження реалізації проекту з підготовки молодих підприємців в бізнес-інкубаторі на базі Полтавського Національного технічного університету імені Юрія Кондратюка.

2. Проведення для студентів вищих навчальних закладів спеціальних майстер-класів від успішних представників бізнесу.

3. Продовження реалізації проекту «Школа з основ підприємницької діяльності «Молодь обирає бізнес».

4. Реалізація комплексної навчально-освітньої програми «Школа малого бізнесу» в загальноосвітніх та вищих навчальних закладах області впродовж 2017-2020 років.

5. Проведення науково-практичного семінару для підприємців малого та середнього бізнесу і науковців «Нові технології та обладнання харчових виробництв».

6. Продовження провадження в навчальний процес програм з питань підприємницької діяльності (основи підприємництва, розробка бізнес-планів, бізнес-проектів, участь студентів у винахідницькій діяльності, у науково-практичних конференціях з питань підприємницької діяльності).

7. Підготовка випускників вищих навчальних закладів до підприємницької діяльності через участь у всеукраїнських та міжнародних конкурсах бізнес-планів.

8. Залучення шкільної молоді до підприємництва через впровадження в шкільну програму спеціального курсу „Основи підприємницької діяльності”.[2, с71-75]

Література

1. Офіційний сайт державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

2. Програма розвитку підприємництва Полтавської області у 2017- 2020р. – Режим доступу: http://www.moz.gov.ua/ua/portal/Pro_20081223_0.html

3. *Володарська В.П.* Міжнародний досвід розвитку молодіжного підприємництва. Навчально-методичний посібник / За ред. проф. Ніколаєнко Д.М. – Харків- 2016.- 210с.

4. *Мкртчян Г.И.*: „Як створити власне підприємство...”[Електронний ресурс] // Режим доступу: www.mpravda.com, 06 серпня 2017

УДК 339.7

Наталія Задорожнюк

*к.э.н., доцент кафедри економічних систем
и управления инновационным развитием, ОНПУ,
zadorozhniuk.nat@gmail.com*

**ПОТЕНЦИАЛ НАИБОЛЕЕ ПЕРСПЕКТИВНЫХ УНИВЕРСИТЕТОВ МИРА ПО
ПОДГОТОВКЕ СПЕЦИАЛИСТОВ СФЕРЫ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

**ПОТЕНЦІАЛ НАЙБІЛЬШ ПЕРСПЕКТИВНИХ УНІВЕРСИТЕТІВ СВІТУ З
ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ СФЕРИ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

**POTENTIAL OF THE MOST PERSPECTIVE UNIVERSITY OF THE WORLD FOR
THE PREPARATION OF SPECIALISTS IN THE SPHERE OF INFORMATION
TECHNOLOGIES**

Аннотация. Рассмотрены программы обучения в наиболее перспективных университетах мира, которые позволяют выявить современные направления развития ИТ-сферы. Определены ключевые исследования и технологии рассмотренных университетов, которые отражают современные и определяют будущие потребности мирового рынка.

Анотація. Розглянуті програми навчання в найбільш перспективних університетах світу, які дозволяють виявити сучасні напрямки розвитку ІТ-сфери. Визначені ключові дослідження та

технології розглянутих університетів, які відображають сучасні і визначають майбутні потреби світового ринку.

Annotation. It considers education programs of world's most promising universities to highlight the new directions of development in IT. The key researches and technologies of the considered universities are presented that reflect contemporary and determine the future needs of the world market.

В современном мире специальности в сфере информационных технологий (ИТ), считаются одними из самых перспективных. Ведь ИТ-сфера является одной из наиболее значимых для обеспечения развития национальной и мировой экономики в целом. Профессия ИТ-специалиста является популярной и востребованной во всем мире. Выпускники профильных вузов занимаются решением различных бизнес-задач, разработкой программного обеспечения, техническим обслуживанием и прочим. В связи с этим, исследования, посвященные перспективным университетам по подготовке специалистов ИТ-сферы являются не только актуальными, но и необходимыми.

Так как развитие сферы ИТ обеспечивают специалисты данной отрасли, то особое внимание необходимо уделить образованию: повышать его качество, обеспечивать будущих специалистов лабораториями, участием в научно-исследовательской деятельности, в освоении передовых технологий и т.д. В связи с этим возникает необходимость рассмотреть наиболее перспективные университеты мира в сфере ИТ (табл. 1).

Таблица 1

НАИБОЛЕЕ ПЕРСПЕКТИВНЫЕ УНИВЕРСИТЕТЫ МИРА В СФЕРЕ ИТ

Название университета	Программы обучения	Ключевые исследования и технологии
1	2	3
1. Zurich – Swiss Federal Institute of Technology	- Теоретическая информатика; - информационная безопасность; - инженерия ПО; - разработка ПО; - робототехника; - распределенные системы; - визуализация вычислений; - биоинформатика; - системы управления.	Основное внимание уделяется математике, физике и химии. Исследования направлены на обработку информации и новых материалов, энергетику, изменения климата.
2. Ecole Polytechnique Federale de Lausanne	- Инженерия; - криптография; - коммуникации; - кодирование; - мобильные сети.	Осуществляет подготовку специалистов-микротехников и инженеров коммуникационных систем. Изучение ИТ проходит на базе Школы компьютеров и коммуникаций.
3. Massachusetts Institute of Technology	- Искусственный интеллект; - компьютерные системы; - прикладная физика; - биометрия и инженерия.	Разработки в сфере искусственного интеллекта и робототехники.
4. Stanford University	- Компьютерные науки; - программное обеспечение; - системные технологии; - искусственный интеллект; - робототехника.	Сосредоточены самые передовые высокотехнологичные производства. Функционируют 18 лабораторий и исследовательских центров.
5. Carnegie Mellon University in Pittsburgh	- ИТ и информационная безопасность (MSIT-IS); - ИТ и мобильные системы (MSIT-MOB) - ИТ и менеджмент программного обеспечения (MSIT-SM).	Исследования инноваций в сфере ИТ-технологий, робототехники и искусственного интеллекта; изучение инновационных мобильных систем, сервисов, устройств и разнообразных приложений. Мировой лидер в разработке революционных идей, их продвижении и создании бизнес-стартапов.

1	2	3
6. The Australian National University	- Компьютерные науки; - программное обеспечение; - системные технологии; Изучение ИТ проводится на базе Исследовательской школы информатики.	Поддерживается связь с правительственными, Производственными, исследовательскими институтами, НАСА и ЕС, Оксфордом, Кембриджем, Беркли и другими университетами мирового уровня.
7. The University of Tokyo	- Компьютерные системы; - теория вычислений; -различные языки программирования; - компьютерная архитектура; - информатика; - системные технологии.	Вуз входит в несколько международных организаций, в числе которых Ассоциация исследовательских университетов стран Восточной Европы, Ассоциация Тихоокеанских университетов, Международный альянс исследовательских университетов.
8. Istanbul Technical University (İTÜ)	- Компьютерные технологии; - электронная инженерия, - промышленные технологии; - программное обеспечение; - системные технологии	Является одним из самых престижных вузов Турции. При университете действуют 360 лабораторий и 13 научно-исследовательских центров. İTÜ имеет наибольшее в мире число аккредитованных инженерных программ. На сегодняшний день здесь реализуется около 200 проектов НИОКР.

Джерело: сформировано на основе источников [1-2]

Рассмотренные программы обучения в наиболее перспективных университетах мира позволяют выявить современные направления развития ИТ-сферы: информационная безопасность, робототехника, искусственный интеллект, биометрия и инженерия и т.д.

Таким образом, ИТ-сфера характеризует развитие страны на мировой арене. Достижения в области ИКТ способствуют процессам модернизации и трансформации в других секторах, стимулируя их развитие, а также позволяет современным товарам и услугам удовлетворять спрос, а компаниям – сокращать операционные расходы, повышая общую продуктивность экономики.

Помимо рассмотренных мировых лидеров в сфере подготовки специалистов сферы ИТ интересно отметить, что в Украине специалисты такого профиля высоко ценятся как на внутреннем, так и на внешних рынках. Среди украинских ВУЗов лидируют:

- Киево-Могилянская Академия, которая выпускает специалистов по таким специализациям как: информационные управляющие системы и технологии; программное обеспечение автоматизированных систем; системы и методы принятия решений. Следует отметить, что в Академии успешно функционирует научно-образовательный центр «Инновационная лаборатория», в котором реализуются различные проекты студентов и преподавательского состава;

- Харьковский национальный университет радиоэлектроники, который выпускает специалистов по таким специализациям как: программная инженерия; искусственный интеллект; безопасность информационных и коммуникационных систем; ИТ в биомедицине. В университете есть научный парк «Радиоэлектроника и информатика», в рамках которого создаются новые виды информационных продукта, осуществляются меры по их коммерциализации и т.д.

В Южном регионе Украины лидирующие позиции занимает Институт компьютерных систем Одесского национального университета, который осуществляет подготовку специалистов сферы ИТ по различным специализациям.

Таким образом, специалисты сферы ИТ востребованы сегодня практически в любой стране и уровень их подготовки зависит главным образом от потенциала и политики учебного заведения. Поэтому государство и предпринимательский сектор должны взаимодействовать с учебными заведениями для достижения высокого уровня подготовки специалистов.

Литература

1. Zadorozhniuk N. Analysis of global trends in the development of the IT field / N. Zadorozhniuk // Економічний форум. – Луцьк : ЛНТУ. – 2018. – № 1. – С. 35-38.
2. Самые перспективные университеты мира [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://infocity.az/2017/09>

УДК 330.341

Алла Касич

*д.е.н., проф., завідувач кафедри менеджменту,
Київського національного університету технологій та дизайну,
kasich.alla@gmail.com*

РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ УНІВЕРСИТЕТІВ ЯК ОСНОВА ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ЇХ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО ПОТЕНЦИАЛА УНИВЕРСИТЕТОВ КАК ОСНОВА ПОВЫШЕНИЕ УРОВНЯ ИХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

DEVELOPMENT OF UNIVERSITY ENTERPRISE POTENTIAL AS A BASIS FOR IMPROVING THEIR ECONOMIC SAFETY LEVEL

Анотація. Визначено складові підприємницького потенціалу університетів, розвиток яких дасть можливість підвищити рівень їх економічної безпеки через розвиток кадрового, фінансового потенціалу та матеріально-технічної бази. Узагальнено зарубіжний досвід визначення ефективності функціонування університетів у сучасних умовах. Сформовано цільові завдання розвитку підприємницького потенціалу університетів України.

Аннотация. Определены составляющие предпринимательского потенциала университетов, развитие которых даст возможность повысить уровень экономической безопасности университетов через развитие кадрового, финансового потенциала и их материально-технической базы. Обобщен зарубежный опыт определения эффективности функционирования университетов в современных условиях. Сформированы целевые задачи развития предпринимательского потенциала университетов Украины.

Annotation. The components of the entrepreneurial potential of universities are determined, the development of which will enable to increase the level of economic security of universities through the development of personnel, financial potential and their material and technical base. The foreign experience of determining the efficiency of universities functioning in modern conditions is generalized. The target tasks of development of entrepreneurial potential of Ukrainian universities have been formed.

В умовах інноваційно-орієнтованої економіки відбувається зміна функцій університетів, які окрім якісної підготовки фахівців повинні забезпечувати їх орієнтацію на ініціативність та креативність, а відтак, і самі повинні ставати центрами активізації підприємництва в широкому сенсі. Актуальність цього завдання загострюється також тим фактом, що держава зменшує фінансування освіти, а бізнес-середовище не збільшує, оскільки відсутні форми комерційної взаємодії між цими суб'єктами економіки. За таких умов стратегічно-значимим для університетів стає розвиток підприємницького потенціалу, який забезпечить розширення можливостей для фінансового забезпечення та їх більш активну участь у системі продукування інновацій, запитаних реальним сектором економіки.

Відповідно підприємницький потенціал університету слід розглядати як його здатність:

по-перше, брати активну участь у формуванні та розвитку інноваційно-активних підприємницьких структур шляхом активізації наукових досліджень та їх комерціалізації;

по-друге, розвивати підприємницьку ініціативу та професійну здатність її реалізувати серед студентів.

Активізації науково-дослідницької роботи та перетворення її у реальне джерело доходів університетів та викладачів – це перший стратегічний напрям, який дасть можливість взаємозв'язок між освітою та підприємницьким сектором. Розвиток університетів слід

розглядати як складову розвитку загалом національної інноваційної системи, на чому наголошено в роботах [2, 3].

Провідні університети світу є лідерами у сфері наукових досліджень та серйозно ставляться до своїх обов'язків поширювати та оприлюднювати результати своєї академічної дослідницької діяльності через публікацію, навчання, конференції, консультування та іншу передачу знань й інформаційно-пропагандистську діяльність. Провідні університети або самостійно, або з допомогою національних науково-дослідних рад здійснюють моніторинг досконалості досліджень на їх відповідність світовим стандартам.

Результативність наукових досліджень визначається не лише доходами університету від комерціалізації, а й кількістю фірм започаткованих на основі інтелектуальної власності вчених університету. Важливе значення мають публікації викладачів й студентів та їх представлення в базах Scopus та Thomsons-Reuters.

Так, наприклад, в США система освіти вирізняється тісними зв'язками з великими корпораціями, малими фірмами, частина з яких породжена власне самими університетами. Провідні університети, зокрема, Масачусетський технологічний інститут, Каліфорнійський технологічний інститут та Стенфордський університет відомі своїм співробітництвом з підприємницьким середовищем. Революція управління в університетах в США розпочалась у 1983 році із впровадження стратегічних планів та складання довгострокових бюджетів. Результати на сьогодні вражають: річний операційний бюджет, наприклад, Єльського університету складає майже 3 млрд. дол. США, лєвова частка якого забезпечується доходами від наукових досліджень. Інший приклад, це Мюнхенський технічний університет – єдиний ВНЗ за межами США, Великобританії та Японії, яке вийшло в 2016 р. в Топ-10 університетів світу. Президент університету основою успіху університету вважає глибокі зв'язки з промисловістю в Баварії. Вчені університету працюють в таких компаніях як BMW, Siemens и Lindner.

Основним критерієм ефективності функціонування університетів у сучасних умовах є оцінка випускників роботодавцями. Саме тому провідні університети орієнтуються на забезпечення працевлаштування своїх випускників, а отже підготовка фахівців з урахуванням вимог ринку праці пронизує всі основні сфери діяльності. Сучасний ринок праці має потребу в активних ентузіастах, професіоналах-універсалах та людях з креативним типом мислення. Відповідно, основними індикаторами якості вищої освіти в розвинених країнах стали такі критерії як працевлаштування за спеціальністю впродовж року після завершення університету (показник визначається в місяцях) та рівень заробітної плати випускників.

Вища освіта має багато переваг, окрім успіху на ринку праці. Тим не менше, студенти, їхні родини орієнтуються, перш за все, на економічну прибутковість, пов'язану із вкладенням часу та грошей. Відповідно здатність університетів забезпечити підготовку фахівців, зорієнтованих на розвиток власних ідей та ініціатив набуває все більшого значення. Для підвищення рівня працевлаштування студентів в університетах створюють центри кар'єри, які, в чому числі, забезпечують зворотній зв'язок з професійними асоціаціями роботодавців.

Тобто формула розвитку підприємницького потенціалу університету повинна базуватись на підвищенні конкурентоспроможності та підприємницької ініціативи викладача «плюс» конкурентоспроможність та ініціативність студента. Таким чином, університети у розвинених країнах є не просто освітніми закладами, а знаходяться на вістрі розвитку суспільства, науки, культури, а тому їх розвиток формує не лише, безпосередньо, їх безпеку, а й є основою економічної безпеки країни в цілому, на чому наголошено в роботі [1].

В контексті зазначеного стратегічного завдання з розвитку підприємницького потенціалу університетів України повинні стосуватись:

по-перше, розвитку персоналу, його репутації, кваліфікації, ініціативності та здатності до застосування інноваційних підходів у професійній діяльності;

по-друге, покращення матеріально-технічної бази – лише якісна матеріально-технічна база дасть змогу університету досягти передового досвіду у викладанні, дослідницькій роботі та підтримці світового іміджу в майбутньому;

по-третє, розширення доходної бази, оскільки підтримка фінансової спроможності для університету означає спроможність продовжувати залучати і зберігати найкращий персонал, а також надавати науково-дослідницькі та навчальні матеріали, які відповідають позиціям провідних світових університетів.

Література

1. *Касич А.О.* Сутність та характеристики поняття «економічна безпека вищих навчальних закладів» / А.О. Касич // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. – 2017. – №2(109). – С.22-28.
2. *Касич А.О.* Зміст та завдання державної інноваційно-інвестиційної політики України / Касич А.О. // Схід. – 2005. – № 6 (72). – С. 3–9.
3. *Касич А.О.* Conceptual provisions of development of Ukrainian national innovation system // Касич А., Вохозка М. // Науковий вісник Полісся. – 2017. – № 2 (10), Ч. 2. – С. 16-23.

УДК 330.367

Олена Криворучкіна

*к. э. н., доцент кафедри економіки підприємств,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима
Гетьмана», kneusvetlana@ukr.net*

Дарія Юшкова

*студентка 5 курсу факультету економіки та управління
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима
Гетьмана»,
riott.vaan@gmail.com*

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У СИСТЕМІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СИСТЕМЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN THE HIGHER EDUCATION SYSTEM

Анотація. В роботі досліджено інноваційні технології навчання у системі вищої освіти, визначено необхідні компетенції студентів, а також напрямки їх формування. Розглянуто сучасні тенденції SMART-технології.

Аннотация. В работе исследованы инновационные технологии обучения в системе высшего образования, определены необходимые компетенции студентов, а также направления их формирования. Рассмотрены современные тенденции SMART-технологии.

Abstract. In this work the innovative technologies of teaching in the system of higher education are investigated, the necessary competences of students are determined, as well as the directions of their formation. Modern trends of SMART-technology are considered.

Сьогодні інноваційні методи навчання існують на противагу традиційному навчанню. Існування таких методів зумовлене реакцією системи освіти на перехід суспільства на більш високий ступінь свого розвитку, певним чином на зміну покликання освіти готувати не лише «людину, що пізнає», але і «людину, що діє». Також все більш значимою для університетів стає вимога бути не тільки більш динамічними і «гнучкими», але й більш відкритими системами, іншими словами активніше задіювати усі можливості задля позиціонування свого внеску в інноваційний процес і соціальний розвиток.

Варто зазначити, що для сучасного студента необхідно мати дещо інші компетенції, аніж ті, які були актуальні хоча б 10 років тому. Сьогодні студент має бути готовим до швидкого освоєння нових технологій, до самоосвіти, до пошуку необхідної інформації з усіх можливих джерел, вміти правильно застосовувати і поєднувати свої знання та навички на практиці, бути здатним до швидкої самоорганізації, працювати у колективах і творчо мислити. Також не можна ігнорувати необхідність розвитку компетенцій у сучасного молодого фахівця як в області лідерства, так і власне функціональних компетенцій, зокрема персональна ефективність, здатність впливати на обраний напрям бізнесу, несення відповідальності. Таким чином, освітні технології мають відповідати вимогам навчання фахівців своєї справи та враховувати усі зміни нашого сучасного середовища діяльності.

Для більшості постіндустріальних країн вкрай гостро постає питання тісного взаємозв'язку науки, освіти, технологій, інновацій та виробництва, хоча саме цей ланцюг є вирішальним у розвитку країни. Саме через інтеграцію різних елементів науково-технічного, освітнього і виробничого комплексу Україна повинна сформувати власну інноваційну систему як сукупність установ наукової і освітньої галузі, в яких створюються нові знання; нормативної та макроекономічної бази, що включає, зокрема, заходи торгівельної політики, які впливають на просування технологій та їхню вартість; інноваційних та техно-виробничих інфраструктур, спроможних до реалізації інновацій та перетворення їх у товар; можливостей доступу до глобальних інноваційних комунікацій; ринкових умов, що сприяють впровадженню інновацій. Проте наразі зрушення у цьому напрямі відбуваються досить повільними темпами, незважаючи навіть на переваги, які надаватиме така система.

Також було проведено безліч досліджень у різних ВНЗ країни, завдяки яким було виокремлено аспекти, на які слід звертати увагу при впровадженні інновацій в освітній процес. До них відносяться: використання ЕКТС для контролю знань студентів; якомога активніша організація обмінних програм для студентів різних ВНЗ; залучення в навчальний процес працюючих фахівців із галузей, пов'язаних з конкретною дисципліною, а також запрошення вчених, діячів культури, мистецтва на лекції та семінари; нестандартні семінари; підтримка стосунків ВНЗ з роботодавцями; сучасне оснащення навчального процесу інформаційними технологіями та технікою; поглиблення міжнародної співпраці з іншими ВНЗ і бізнес співтовариствами [2, с. 221].

Безумовно наразі має місце проблема обмеження в часі термінами навчання і зростаючим обсягом наукової інформації, які студенти мають опанувати. Саме тому важливо використовувати усі можливості, аби встигати за процесами модернізації, переходу від лекційного викладання матеріалу до комп'ютерних освітніх програм, від книжкової бібліотеки до комп'ютерної, від багатотомних паперових енциклопедій до сучасних пошукових баз даних.

У сучасній зарубіжній педагогіці можна виокремити два основні підходи до навчального процесу: інновації-модернізації та інновації-трансформації. На нашу думку, другий є зараз більш актуальним, оскільки передача студентам знань і виконання завдань за зразком вже не виховує у студента потрібних у його подальшому професійному житті навиків, водночас другий підхід стимулює навчально-пошукову діяльність та передбачає формування у студентів досвіду самостійного пошуку нових знань, їх застосування в нових умовах, формування досвіду творчої діяльності з виробленням ціннісних орієнтацій. Таким чином, творча сторона освітнього процесу як з боку викладача, так і зі сторони студентів стає все більш невід'ємною складовою.

Неможливо не зазначити і соціально-психологічну складову, яка тісно пов'язана з комунікативно-діалогічною навчальною діяльністю, що передбачає окрім звичайного спілкування студентів один з одним і з викладачем та роботи в групах, інтерактивної взаємодії і моделювання життєвої реальності (майбутньої професійної діяльності) у навчальному процесі, рефлексія досвіду пошукової діяльності [1, с. 98].

Завдяки ж новим засобам подання інформації, відкриваються і нові можливості задля її отримання і засвоєння, а також активізація різних сторін сприйняття студентами інформації, що безперечно робитиме їх більш підготовленими, а освітній процес набуде рис цікавості. Тому окрім вищезазначених інноваційних методів навчального процесу можна виокремити такі, як: аудіовізуальний метод навчання; брейнстормінг («мозковий штурм»); діалог Сократа, чат-заняття, веб-заняття, аудіо-, відеоконференції. Якщо ж розглядати детальніше, то чат-заняття – це навчальні заняття з використанням чат-технологій, які передбачають обмін невеликими текстовими повідомленнями в реальному часі. Такі заняття проводяться водночас, щоб усі учасники мали можливість спільного доступу до чату. Веб-заняття – це збірне поняття для дистанційних уроків, які проводяться у вигляді конференцій, семінарів, ділових ігор, форумів, лабораторних та контрольних робіт, практикумів, онлайн тестувань, опитувань та інших форм навчальних занять, що реалізуються за допомогою засобів і технологій Інтернет. Основним засобом інтерактивного спілкування учнів із викладачем та між собою під час використання веб-технологій є форуми – технологія обміну текстовими повідомленнями. На відміну від чату – більш простої форми спілкування, форуми дозволяють обмінюватися повідомленнями асинхронно, а отже, є досить тривалими в часі; організовуються за конкретними темами, дають можливість коментувати чиесь запитання чи відповідь на нього, висловлюючи при цьому, наприклад, власну думку з тієї чи іншої проблеми. Аудіо-, відеоконференції (аудіокасти, вебкасти, вебінари) – форма навчання за допомогою найсучасніших технологій передавання звуку

та зображення. Дозволяють проводити практичні «зустрічі» викладачів та слухачів на великій відстані, також дають змогу зібрати значну аудиторію, але вимагають присутності слухача біля технічних засобів відтворення такого спілкування в певний час. Останні методи більше стосуються дистанційного навчання, проте ти не менш вони є актуальними і досить ефективною формою навчання [3].

Місце ж SMART-технологій за останні роки стає все більш вирішальним у системі SMART-освіти. Такі технології якнайповніше реалізують творчий та інтелектуальний потенціал студентів і багато в чому допомагають педагогам зробити навчальний процес цікавішим та наочнішим. Саме Smart-технології дозволяють розробляти революційні навчально-методичні матеріали, а також формувати індивідуальні траєкторії навчання для студентів. Хоча такі технології вже не є новиною, проте все ж варто наголосити, що вони є інтегрованими засобами для навчання студентів, до яких належать: інтерактивна дошка, програмне забезпечення, документ-камера, система контролю знань студентів й персональний комп'ютер. Необхідно також згадати такі нові тренди освітнього ринку як MOOCs (масові відкриті електронні курси), віртуальних конференцій, BYOD (bring your own device) – використання власних пристроїв студентів, самостійну роботу. [4].

Таким чином, інноваційні технології у системі вищої освіти направлені на підвищення якості освітнього процесу та його результативності, сприяють інтенсифікації навчально-пізнавальної діяльності та підвищують мотивацію як студентів, так і викладачів.

Література

1. [Козак Л. В.](#) Дослідження інноваційних моделей навчання у вищій школі / Л. В. Козак // [Освітологічний дискурс](#). - 2014. - № 1. - С. 95-107.
2. [Козяр М. М.](#) Інновації у навчальному процесі сучасних вищих навчальних закладів / М. М. Козяр // [Сучасні інформаційні технології та інноваційні методики навчання у підготовці фахівців: методологія, теорія, досвід, проблеми](#). - 2016. - Вип. 46. - С. 218-222.
3. [Прилипка С. М.](#) Сучасні інноваційні підходи в навчальному процесі / С. М. Прилипка, С. М. Іванов. // [Право та інноваційне суспільство](#). - 2013. - № 1. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/pric_2013_1_14
4. Smart-освіта: ресурси та перспективи : матеріали Міжнар. наук.-метод. конф. (Київ, 16–17 жовтня 2014 р.) : тези доповідей. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. – 350 с. – Укр., рос. та англ. мовами. – С. 74-46.

УДК 330 341

Valentyna Lavrenenko

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of Business Economics
Department,
SHEI "KNEU named after Vadym Hetman",
valentyna.lavrenenko@kneu.ua*

Liudmyla Petrenko

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of Business Economics
Department,
SHEI "KNEU named after Vadym Hetman",
valentyna.lavrenenko@kneu.ua*

FORMATION OF UNIVERSITY-CENTERED ECOSYSTEMS OF INNOVATIVE ENTREPRENEURSHIP IN UKRAINE

ФОРМУВАННЯ УНІВЕРСИТЕТОЦЕНТРИЧНИХ ЕКОСИСТЕМ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

ФОРМИРОВАНИЕ УНИВЕРСИТЕТОЦЕНТРИЧНЫХ ЭКОСИСТЕМ ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УКРАИНЕ

Abstract. The urgency of creation and development is substantiated, and also the essence of university-centered ecosystems of innovative entrepreneurship is characterized. The expediency of studying foreign experience and conducting domestic research to create theoretical and methodological foundations for the formation of university-centered ecosystems of innovative entrepreneurship, as well as the creation of a legislative framework for regulating the activities of higher education institutions as business entities, is proved.

Анотація. Обґрунтовано актуальність створення й розвитку та охарактеризовано сутність університетоцентричних екосистем інноваційного підприємництва. Доведено доцільність вивчення зарубіжного досвіду та проведення вітчизняних досліджень для створення теоретичних і методичних основ формування університетоцентричних екосистем інноваційного підприємництва, а також створення законодавчої бази для регулювання діяльності вищих навчальних закладів як суб'єктів підприємництва

Анотация. Обоснована актуальность создания и развития, а также охарактеризована сущность университетцентрических экосистем инновационного предпринимательства. Доказана целесообразность изучения зарубежного опыта и проведения отечественных исследований для создания теоретических и методических основ формирования университетцентрических экосистем инновационного предпринимательства, а также создания законодательной базы для регулирования деятельности высших учебных заведений как субъектов предпринимательства.

Innovative development is the basis of the competitiveness of modern economies. As a result of a twenty-year delay in conducting effective market reforms, there is a backlog of Ukrainian enterprises from competitors from innovative countries. In order to solve this problem in the context of existing socio-humanitarian challenges (war, annexation of territories and loss of part of the technological potential of the country in the East, corruption in various forms and manifestations), as well as on the background of the deployment of European integration processes, it is necessary to develop and use modern organizational forms that make possible innovative entrepreneurship. In order to solve this problem, in the context of the forced reduction of state expenditures on the financing of educational and scientific institutions, it is proposed to create and develop appropriate ecosystems of innovative entrepreneurship. Such systems should be capable of self-development and self-reliance on the principles of realizing their own scientific, research and entrepreneurial potential and financial self-sufficiency. Therefore, it is necessary to develop the conceptual and applied principles of the creation and functioning of such ecosystems, which should take into account the transformation of innovation entrepreneurship into a national idea and understanding of entrepreneurship as a basis for innovation development. This requires effective support to the functioning of this organizational form of innovation.

Ecosystem of innovative entrepreneurship of university-centric type is an open network formation. It generates and implements innovations, accumulates the necessary financial resources and is an active participant in economic processes, including through the creation of value and value added. It includes student and technology business incubators, technology transfer centers, commercialization offices, investment funds, relevant training programs, intellectual property protection agencies.

The formation of such ecosystems of innovative entrepreneurship as open systems capable of self-organization, attraction of investments and intended to intensify scientific research, commercialization of the latest ideas and technologies, and the realization of the entrepreneurial potential of society, is a priority (and the only possible) way of accelerating innovation development through its influence on its basis - entrepreneurship. At the same time, the realities of the current stage of Ukraine's economy development require adjustment of the state policy in support of innovation entrepreneurship and adaptation of scientific and educational institutions to conditions of limited state financing not only without loss, but also with the growth of their research and entrepreneurial potential.

In this context, the experience of countries that have used different types of models of innovative ecosystems and stimulating entrepreneurial relations of innovative direction in scientific and educational institutions for their successful development is particularly interesting in this context [1-6]. This experience must be understood from the standpoint of the current state of the Ukrainian economy and the chronic shortage of education and science funding. The formation of university-centered ecosystems of innovative entrepreneurship is widespread in the world and in Europe. However, the

socio-humanitarian challenges (war, annexation of territories, etc.), which Ukraine faced in the 21st century, are of such a scale unique to Europe. Therefore, we consider that today the national economic science in this aspect is significantly behind the world level and needs to be reviewed in terms of the need to create theoretical, methodological and applied basis for the formation of university-centered ecosystems of innovative entrepreneurship in Ukraine. The interdisciplinary problem of underdevelopment and low productivity of innovative entrepreneurship in Ukraine needs the fastest and simultaneously systemic solution.

Development of entrepreneurial activity of scientific and educational institutions is necessary for preservation, multiplication and realization of their research and educational potential in the conditions of chronically shortage of state financing. In the last three years, successful entrepreneurship projects in Ukraine are increasingly being implemented by universities (National Technical University of Ukraine "Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute", National University "Lviv Polytechnic"), which try to invent their own effective model of innovative ecosystems. Therefore, it is important to study domestic and foreign experience and to create sound scientific principles for the formation of university-centered ecosystems of innovative entrepreneurship. It should be acknowledged that to date the legislative framework for regulation of the University as a business entity has not been created.

Basic research in this direction are the scientific papers of the beginning of the XXI century on the functioning of national innovation systems based on the concept of the ecosystem of innovation, open innovation, the promotion of innovation in the conditions of globalization of the economy, public-private partnership, the use of the latest technology transfer mechanisms, priorities of value-oriented management of enterprises, introduction of innovative business models, optimization of business processes of enterprises, aimed at ensuring the productivity of the company innovations. It is important to study the experience of successful formation of innovation-oriented economies by creating ecosystems of innovation entrepreneurship and development in them (Japan, Israel, South Korea, Singapore, China, France and other European countries).

Literature

1. *Ben Spigel*. Developing and governing entrepreneurial ecosystems: the structure of entrepreneurial support programs in Edinburgh, Scotland // *International Journal of Innovation and Regional Development*, 2016, Vol.7, No.2 - pp.141 - 160.

2. *Benedict C. Doepfer; André Habisch; Harald Pechlaner; Xenia-Isabel Poppe; Christoph Schwarz*. Entrepreneurship, shared values and the region - assessing the conditions for regional social performance of entrepreneurial behaviour // *International Journal of Innovation and Regional Development*, 2016, Vol.7, No.1 - pp.36 - 56.

3. *Etzkowitz Henry*. Triple Helix of university-industry-government relations / Henry Etzkowitz, Loet Leydesdorff / *Encyclopedia of Creativity, Invention, Innovation and Entrepreneurship*, Springer New York, 2013. - P. 1844--1851

4. *Kaisa Oksanen and Antti Hautamaki*. Transforming regions into innovation ecosystems: A model for renewing local industrial structures // *The Innovation Journal: The Public Sector Innovation Journal*, 19(2), 2014, article 5

5. *Kalenyuk Iryna*. Entrepreneurial Universities in a World Educational System /1 Kalenyuk, A Dyachenko // *Міжнародна економічна політика*, 2016. - № 2 (25). - С. 59-75. <http://journals.uran.ua/jiep/article/view/92378/88150>

6. *O'Shea R., Allen T., Morse K*. Creating the Entrepreneurial university: The Case of MIT / Presented at Academy of Management Conference. - Hawaii, 2005

Вікторія Ніколаєва
ст. викладач кафедри маркетингу,
Криворізький економічний інститут ДВНЗ «КНЕУ ім. В. Гетьмана»,
nikolaeva_vv@kneu.dp.ua
Анастасія Бруханська
студентка 4 курсу, маркетинг,
Криворізький економічний інститут ДВНЗ «КНЕУ ім. В. Гетьмана»,
astya.brukanskaya@mail.ru

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ У ПРОСУВАННІ ВНЗ НА РИНКУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ

ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ В ПРОДВИЖЕНИИ ВУЗОВ НА РЫНКЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

INNOVATIVE APPROACHES TO PROMOTE HIGHER EDUCATION IN THE EDUCATIONAL MARKET

Анотація. Посилення конкурентних позицій вищих навчальних закладів, глобалізація та диференціація ринку освіти, динамічний розвиток інформаційних технологій, падіння ефективності класичних рекламних комунікацій створили передумови до форсованого оновлення системи інтегрованих маркетингових комунікацій. Слідуючи останнім трендам інформаційного суспільства, все більшої як популярності, так і необхідності набуває залучення соціальних мереж до маркетингових комунікацій освітніх установ. Що пояснюється високою ефективністю у впливі на клієнта, адаптивністю та охопленням широкої аудиторії.

Аннотация. Усиление конкурентных позиций высших учебных заведений, глобализация и дифференциация рынка образования, динамичное развитие информационных технологий, падение эффективности классических рекламных коммуникаций создали предпосылки для форсированного обновления системы интегрированных маркетинговых коммуникаций. Следуя последним трендам информационного общества, все более как популярности, так и необходимости приобретает привлечение социальных сетей в маркетинговые коммуникации образовательных учреждений. Что объясняется высокой эффективностью в воздействии на клиента, адаптивностью и охватом широкой аудитории.

Annotation. The strengthening of the competitive position of higher education institutions, the globalization and differentiation of the education market, the dynamic development of information technology, the decline in the effectiveness of classical advertising communications have created the prerequisites for a forced updating of the integrated marketing communications system. Following the latest trends in the information society, increasing the popularity and necessity of attracting social networks to the marketing communications of educational institutions. This is due to high efficiency in customer impact, responsiveness and broad reach.

Серед сучасних проблем вищих навчальних закладів, як елементу ринкової економіки, дедалі більше постає проблема просування, маркетингу, формування іміджу. Це пов'язано, насамперед, із конкурентним фактором, що проявляється у формуванні престижу закладу та залученні бажаної кількості студентів на навчання. Інструментом вирішення даної проблеми виступають зокрема інтегровані маркетингові комунікації, що є комплексом маркетингових заходів, спрямованим на встановлення діалогу між клієнтом (студент, абітурієнт) та підприємством (ВНЗ).

В умовах затяжної фази політико-економічної кризи в Україні особливо важливим постає питання для навчальних закладів не тільки «бути в тренді останніх тенденцій освіти», а й взагалі «вижити». Це пов'язано з низкою деструктивних процесів в галузі освіти, до яких можна віднести закриття закладів, реструктуризацію, поглинання одним закладом іншого. Важливим для освітян є збереження власної самобутності, автономії, мікро-культури, специфіки виховного та освітнього процесу студента. Не є новиною, що в Україні є об'єднання вузів, які диктують ринку освіти свої правила, адаптують навчальний процес до ринкових умов, щоб на виході отримати різнопланово підготовленого спеціаліста, навички якого будуть відповідати потребам

суспільства в цілому, специфіці певної галузі, де він буде працевлаштований, особливостям ведення бізнесу в державі, якщо випускник має на меті самозайнятність.

Ефективним інструментом для просування освітніх послуг є соціальні мережі як метод інтегрованих маркетингових комунікацій. Це пов'язано із тим, що соціальні мережі виступають одночасно рекламою, комплексом стимулювання збуту, іноді пропагандою та зв'язками з громадськістю, тобто багатьма інструментами маркетинг-мікс. А також причиною високої ефективності соцмереж є те, що більш ніж 90% цільової аудиторії ними користується, а отже тим чи іншим чином виступає споживачем ІМК.

Головними причинами активного впровадження соціальних мереж в економічну діяльність стали: збільшення відвідувачів електронних сторінок компаній, полегшення пізнавальних операцій запам'ятовування та розпізнання логотипів чи торгових марок, розширення масштабів охоплення цільових аудиторій, пробудження цікавості потенційних споживачів, встановлення зворотного зв'язку з реальними та потенційними клієнтами, посилення ефекту «вірусного» розповсюдження інформації та її донесення до нових верств населення [1].

Важливим елементом інтегрованих маркетингових комунікацій для більшості вищих навчальних закладів України є розроблення ефективних програм паблікрілейшинз (PR) та цілеспрямоване застосування їх методів у сфері функціонування освітньої галузі, а також усвідомлення їх актуальності [2; 3, с. 448].

Серед найбільш популярних соцмереж, які використовуються для ІМК навчальних закладів можна віднести Facebook, YouTube, Instagram. Найбільш популярними засобами ІМК у соцмережах виступає: банерна реклама, рекламні блоки та пости, логотипи і текстові написи, скетч-відео, фірмовий підпис у листах, реклама в повідомленнях служб поштових розсилок, опитування, коментарі, а також посилання на сайт закладу освіти та офіційних і неформальних сторінок у соцмережах.

Аналізуючи, яким чином соціальні мережі приймають участь в ІМК, варто розглянути приклад. В Криворізькому економічному інституті протягом 2015-2017 рр. було проведено велику кількість масових заходів. Співробітники інституту, студенти та випускники висвітлювали публікації-звіти про заходи у соціальних мережах (фото, відео, статті, пости) із використанням посилань та хеш-тегів. Таким чином, було досягнуто популяризації навчального закладу в мережі Інтернет, формування певного іміджу та привернення уваги цільової аудиторії до публікацій.

Отже, необхідність використання соцмереж у стратегії маркетингу вищого навчального закладу виступає об'єктивною необхідністю, обумовленою часом та тенденціями розвитку інтернет-комунікацій, а також сильним позитивним ефектом від їх використання.

Література

1. 10 причин, почему вашей компании нужны социальные сети, даже если там нет ваших клиентов / [Електронний ресурс]. - Режим доступа: http://www.masterskayafanstranic.com.ua/pochemu_kompani_nuzhny_socialnye_seti
2. Крахмальова Н.А. Роль інтегрованих маркетингових комунікацій у контексті успішного функціонування вищих навчальних закладів / Н.А. Крахмальова // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. – 2013. – №5. – С. 102-112
3. Сагайдак М.П. Маркетингове дослідження регіонального ринку освітніх послуг / М.П. Сагайдак, З.Й. Гелевачук / Глобальні та локальні проблеми соціально-економічного розвитку України: колективна монографія. – Х.: ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2013. – 500 с. – С. 444-462

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА

ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФИНАНСОВЫХ РЕСУРСОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

IMPROVING THE EFFICIENCY OF USING THE FINANCIAL RESOURCES OF THE ENTERPRISE

Анотація. В статті систематизовано шляхи забезпечення ефективності формування та використання фінансових ресурсів підприємства. Наголошено, що ефективність управління фінансовими ресурсами впливає на платоспроможність підприємства, його фінансову стійкість, ділову активність, ліквідність та рентабельність. Деталізовано напрямки підвищення оборотності оборотних коштів, зокрема викладено модель роботи з дебіторами

Аннотация. В статье систематизированы пути обеспечения эффективности формирования и использования финансовых ресурсов предприятия. Отмечено, что эффективность управления финансовыми ресурсами влияет на платежеспособность предприятия, его финансовую устойчивость, деловую активность, ликвидность и рентабельность. Детализировано направления повышения оборотности оборотных средств, в частности изложена модель работы с дебиторами.

Abstract. The article systemizes ways to improve the efficiency of the formation and use of financial resources of an enterprise. It is noted that the effectiveness of financial resources management affects the solvency and financial stability of the enterprise, its business activity, liquidity and profitability. The article detailed directions negotiability increase working capital, in particular, sets out a model of working with debtors.

Раціональне та ефективне використання всіх видів ресурсів представляє собою комплекс правових, фінансових, організаційних, наукових та ін. заходів, спрямованих на розвиток підприємства. Фінансові ресурси значною мірою характеризують фінансовий потенціал, а саме можливості підприємства у здійсненні витрат з метою отримання доходу. Фінансові ресурси в комплексі з матеріальними, нематеріальними та трудовими є важливими елементами ресурсної забезпеченості підприємства, а тому визначення напрямів їх використання вимагає чітких та продуманих управлінських рішень.

У сучасних умовах, на думку Р.А. Слав'юка[3], першочерговою задачею підприємств по підвищенню ефективності використання фінансових ресурсів є: нарощування абсолютної суми прибутку, прибутковості обсягу капіталу й обсягу виручки, тобто показників рентабельності, яке досягається різними шляхами, як то:

- збільшення обсягу реалізації продукції;
- постійне зниження позареалізаційних витрат;
- скорочення витрат на виробництво і реалізацію продукції шляхом усунення перевитрат по сировині і матеріалах, усунення понадпланових відходів, усунення невинуватих і непродуктивних витрат у складі цехових і загально-виробничих витрат, а також у складі витрат на утримання і експлуатацію устаткування, усунення витрат від браку;
- маркетингові шляхи, зв'язані з корегуванням стратегії і тактики діяльності;
- реалізація невикористаних матеріалів, невстановленого і невикористовуваного устаткування;
- оновлення продукції, що випускається (перепрофілювання підприємства);
- інтенсифікація праці працівників і завантаження устаткування;
- точне і своєчасне виконання договорів з постачання продукції;

- модернізація виробництва;
- запровадження прогресивних форм організації праці;
- обдумана дивідендна політика.

На основі наведених рекомендацій, можливі наступні шляхи підвищення ефективності формування та використання фінансових ресурсів: по-перше, запровадження заходів щодо зниження всіх видів витрат; по-друге, вивчення механізму впливу фінансового левериджу на рівень прибутковості власного капіталу і рівень фінансового ризику; по-третє, проведення грамотної дивідендної політики; по-четверте, проведення заходів щодо модернізації виробництва; по-п'яте, точне визначення терміну експлуатації активів, що вводяться в дію, а також оптимальний вибір методу нарахування амортизації.

Слід зазначити, що ефективність формування та використання фінансових ресурсів впливає на платоспроможність підприємства, його фінансову стійкість, ділову активність ліквідність та рентабельність. Відповідно, ефективне управління фінансовими ресурсами є запорукою розвитку підприємства та його фінансової стабільності.

Як зазначалось раніше, ефективність використання фінансових ресурсів характеризується оборотністю активів і показниками рентабельності. Отже, ефективність управління можна підвищувати, зменшуючи термін оборотності і підвищуючи рентабельність за рахунок збільшення виручки та зниження витрат.

Прискорення оборотності оборотних коштів не вимагає капітальних витрат і водночас дозволяє забезпечити зростання обсягів виробництва і реалізації продукції. Але за вітчизняних умов інфляція досить швидко знецінює оборотні кошти і підприємствами на придбання товару направляється все більша їх частина, неплатежі покупців відволікають значну частину коштів з обороту [2, с. 56].

Одним із способів економії оборотного капіталу, а отже й підвищення його оборотності, є вдосконалення управління запасами. Підвищення оборотності оборотних коштів зводиться до виявлення витрат, пов'язаних зі зберіганням запасів, і підведенню обґрунтованого балансу запасів і витрат. Для прискорення оборотності оборотних коштів на підприємстві доцільними є :

- планування закупівель необхідних матеріалів (товарів);
- використання сучасних складів;
- вдосконалення прогнозування попиту;
- швидка доставка товарів покупцям (як оптовим, так і роздрібним).

Інший шлях до прискорення оборотності оборотного капіталу полягає в зменшенні рахунків дебіторів. Рівень дебіторської заборгованості визначається багатьма факторами: місткість ринку, ступінь насиченості ринку товарами, прийнята на підприємстві система розрахунків та ін. Управління дебіторською заборгованістю передбачає насамперед контроль за оборотністю засобів у розрахунках. Прискорення оборотності в динаміці розглядається як позитивна тенденція. Велике значення мають відбір потенційних покупців і визначення умов оплати продукції, що передбачаються в контрактах.

Оплата товарів постійним клієнтам зазвичай проводиться в кредит, причому умови кредиту залежать від безлічі факторів. В економічно розвинених країнах широко поширеною є схема "2/10 повна 30", що означає:

- покупець отримує двопроцентну знижку в разі оплати отриманого товару протягом десяти днів з початку періоду кредитування;
- покупець оплачує повну вартість товару, якщо оплата здійснюється в період з 11 по 30 день кредитного періоду;
- в разі несплати протягом місяця покупець буде змушений додатково сплатити штраф, величина якого може варіювати в залежності від моменту оплати.

Також шляхом підвищення ефективності формування та використання фінансових ресурсів є управління нематеріальними активами і основними виробничими фондами підприємства. Головним питанням в управлінні ними є вибір методу нарахування амортизації.

Успіх управління фінансовими ресурсами безпосередньо залежить від структури капіталу підприємства. Структура капіталу може сприяти або перешкоджати зусиллям підприємства по збільшенню активів. Вона також прямо впливає на норму прибутку, оскільки компоненти прибутку з фіксованим відсотком, що виплачуються за борговими зобов'язаннями, не залежать від прогнозованого рівня активності підприємства. Якщо підприємство має високу частку боргових виплат, можливі труднощі з пошуком додаткового капіталу.

Вважається аксіомою, що структура капіталу повинна відповідати виду діяльності і вимогам підприємства. Співвідношення позикових коштів і ризикового капіталу повинно бути таким, щоб забезпечити задовільну віддачу від вкладень. Гнучкість у зміні структури капіталу може бути необхідним елементом успіху. Зазвичай легше домовитися про короткострокові позики, ніж про середньо- і довгострокові.

Чим більш конкурентною є галузь, тим більший тиск на її учасників в сфері інвестицій на оновлення та модернізацію обладнання та споруд, дослідження, навчання, використання сучасних інформаційних технологій та робототехніки у виробництві. По жодному з цих напрямків, ймовірно, не буде швидкої віддачі від інвестицій через рік або навіть довше. Більш того, невизначеність попиту, що виявляється у складно прогнозованих змінах поведінки споживачів, у нерегулярності підприємницького циклу, конкуренції буде відображатися в помилках, які зазвичай супроводжують процес визначення прогнозованого прибутку. Таким чином часто об'єктивні умови господарювання вимагають ситуативного реагування та термінового пошуку шляхів підвищення ефективності використання фінансових ресурсів.

Отже, для забезпечення нормального процесу виробництва та збільшення виробничих фондів, потрібно застосовувати заходи щодо підвищення ефективності формування та використання ресурсів підприємства.

Література

1. Anokhina K. Structure and classification of intangible assets in industrial enterprises / K. Anokhina // Socio-Economic Research Bulletin. — № 55. — 2014. — P. 5—9.
2. Бочаров, В.В. Финансовый анализ: учебное пособие. — 2-е изд. перераб. и доп. / В.В. Бочаров. — СПб.: ПИТЕР, 2009. — 240 с.
3. Слав'юк Р.А. Фінанси підприємств: Навчальний посібник. Вид. 2-ге, допов. і переробл. "Вежа" Волин. держ. ун-ту ім. Л.Українки, 2001.—456 с.
4. Швиданенко Г.О. Управління ресурсами підприємства : колектив. монографія / Г. О. Швиданенко, О. Б. Бутнік-Сіверський, В. П. Кукоба, В.В.Лаврененко, О. І. Олексюк, І. А. Павленко, Л.А.Петренко; ред.: Г. О. Швиданенко; ДВНЗ "Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана". - Київ : КНЕУ, 2014. - 418 с. —укр

УДК 330: 341

Павленко Ірина

*доктор екон. наук, професор кафедри менеджменту, ДВНЗ «Київський національний університет технологій та дизайну»,
iryna5552@gmail.com;*

Метелюк Дмитро

*студент 5 курсу факультету економіки та управління, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»,
hunter10960@gmail.com*

ІННОВАЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ ПІДПРИЄМСТВ

ИННОВАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ КОМПАНИЙ

INNOVATIVE MARKETING OF ENTERPRISES

Анотація. У сучасному світі динамічних глобалізаційних процесів, конкуренція та перенасиченість продуктових ринків вимагають від бізнесу інновацій. Однак для того, щоб готовий інноваційний продукт знайшов свого покупця, часто необхідні нові рішення на рівні маркетингу - маркетингові інновації. За результатами дослідження інноваційних компаній із рейтингу Forbes виділено поширені напрями інноваційного маркетингу й надано їх змістовні характеристики.

Анотация. В современном мире динамических глобализационных процессов, конкуренция и перенасыщенность продуктовых рынков требуют от бизнеса инноваций. Однако

для того, чтобы готовый инновационный продукт нашел своего покупателя, часто необходимы новые решения на уровне маркетинга - маркетинговые инновации. По результатам исследования инновационных компаний из рейтинга Forbes в статье выделено ряд распространенных направлений инновационного маркетинга и представлено их краткую характеристику.

Abstract. In the modern world of dynamic globalization processes, competition and oversaturation of markets require innovation from the business. However, in order for a ready-made innovative product to find its buyer, it often requires new solutions at the marketing level - marketing innovations. According to the results of the study of innovative companies from the Forbes rating, the article identifies several areas of innovative marketing and presents a brief description of them.

Маркетинг інновацій – це інструмент підвищення конкурентоспроможності й прискорення темпів розвитку організацій та їх торгових марок. Маркетингові інновації спрямовані не тільки на краще задоволення потреб споживачів, але й на створення самої потреби, тобто вони покликані довести до споживача думку, що саме цей продукт йому потрібен. Інноваційна маркетингова діяльність являє собою ядро корпоративних конкурентних стратегій. Інноваційні компанії завжди вирізняються в маркетингу серед інших.

Під маркетинговими інноваціями, або інноваціями в маркетингу слід розуміти використання вдосконалених чи нових методів та інструментів маркетингу під час процесу створення та розповсюдження товару (технології, послуги, управлінського рішення) з метою більш ефективного задоволення потреб і запитів споживачів та виробників. Пропонується класифікувати маркетингові інновації в залежності від складових комплексу маркетингу.

Сучасні інноваційні компанії перш за все намагаються не тільки створити новий продукт, але і забезпечити високий попит на нього вже в момент появи на ринку. Маркетингові інструменти інноваційних підприємств змінюють саме поняття маркетингу, часто вражаючи нас своєю простотою і унікальністю. Звичайно, через короткий проміжок часу їх намагаються скопіювати конкуренти, що на практиці не завжди виходить. Навіть навпаки: плагіатори своїми спробами роблять ще більшу рекламу творцям інноваційного маркетингу.

В ході вивчення методів та прийомів інноваційного маркетингу нами було проаналізовано рейтинг журналу «Forbes» – «*Найбільш інноваційні компанії у світі 2017 року*» (The World's Most Innovative Companies – <https://www.forbes.com/innovative-companies/list/>). У даному рейтингу компанії оцінюються за їх інноваційною перспективою: різницею між їх ринковою капіталізацією і чистою вартістю грошових потоків від бізнесу, цей показник дозволяє визначити перспективи щодо прибуткового зростання компанії. Щоб увійти в рейтинг, компанії повинні мати публічні фінансові дані не менш як за сім років і мінімум \$10 млрд ринкової капіталізації. В рейтинг включені галузі, які інвестують в інновації, тому банки та інші фінансові послуги не увійшли до рейтинга. Також не оцінювались енергетичні й гірничодобувні компанії, ринкова вартість яких більше пов'язана з цінами на сировинні товари, ніж з інноваціями.

За результатами дослідження інноваційних компаній із рейтингу Forbes нами виділено чотири тренди інноваційного маркетингу:

- Маркетинг персони;
- Сфокусований маркетинг;
- Маркетинг престижу;
- «Рекламні війни».

Маркетинг персони – це напрям інноваційного маркетингу, де в основі концепції просування – особа (персоналія, знаменитість), яка власними вчинками привертає увагу спільноти.

Сфокусований маркетинг – інноваційний маркетинг, який зосереджений (націлений) на певну категорію населення; методи інформаційного впливу підбираються в залежності від бізнес-особливостей компанії.

Маркетинг престижу – націлений на просування невластне продукту, а саме його бренду: наприклад, з метою довести до покупця ідею, що саме цей бренд є еталоном елегантності та розкоші.

Провівши аналіз маркетингу провідних інноваційних компаній зі списку «Forbes» і виокремивши вищезазначені напрями інноваційного маркетингу, ми розширили вибірку за рахунок відомих світових лідерів, як то Volkswagengroup, TheSwatch, Apple та ін. (Таблиця 1).

Маркетинг провідних інноваційних компаній

Маркетинг персони	Сфокусований маркетинг	Маркетинг престижу	«Рекламні війни»
Apple	Monster Beverage	PANDORA	Apple та Samsung
Tesla	Netflix	Volkswagen group	Subaru та Mitsubishi
PepsiCo	Nestlé	Hermès International	Mercedes benzта BMW
Amazon	Amor pacific	Daimler AG	Lamborghini та Ferrari
Meizu	LG Household & Health Care	The Swatch	
KFC	Shimano	Prada	

Підприємства застосовують різні маркетингові прийоми для просування продукції, і протистояння конкурентів на ринку породжує цілі «рекламні війни».

«Рекламні війни» є досить дієвим методом інноваційного маркетингу, що сприяє появі цілих субкультур споживачів, відданих компанії.

Прикладом є власники авто марок Subaru та Mitsubishi. Протистояння розпочалося ще з 2000-х років, коли дві заводські ралійні команди Subaru та Mitsubishi щороку боролися за чемпіонство WRC. Більше 20 років команда [SubaruWorldRallyTeam](#) брали участь в ралі WRC, перемоги Коліна Мак Рея, Річарда Бернса і Петтер Сольберг, а також багато перемог в кубках конструкторів і на етапах світового ралі створили для Subaru імідж спортивного та надійного авто. Цей імідж Subaru експлуатує і зараз, хоча давно вже не бере участь в ралі. Фанати Subaru та Mitsubishi постійно сперечаються, чия марка краща, продовжуючи залишатись вірними кожній своїй марці і купуючи, відповідно, нові автомобілі.

Іншим яскравим прикладом є протистояння рекламних кампаній корпорацій Apple та Samsung. Суспільство поділилось надвоє: на фанатів iPhone та Galaxy, і представник кожної прагне довести, що їх смартфон - кращий. І оскільки, у наш час майже кожен має смартфон (на відміну від спортивного авто, як в попередньому прикладі з Subaru та Mitsubishi), це протистояння отримує колосальні, всесвітні масштаби.

Отже, інноваційний маркетинг – комплексна система організації, управління та аналізу нововведень на основі ринкової інформації та за допомогою засобів маркетингу. На основі даних інноваційного маркетингу є можливість оперативної корекції завдань маркетингу і всього інноваційного процесу. Сучасні інноваційні підприємства розвивають нові концепції маркетингу, вдосконалюють не тільки виробу, але й способи просування товарів. На підтримання іміджу, PR та рекламні кампанії інноваційні корпорації витрачають часто витрачають не менше коштів, ніж на інноваційні технології.

Література

1. Блейхман О.И. В-2-b-бренд: тенденції епохи інновацій. Промышленный и b2b-маркетинг. – 2014. – № 4. – С. 56–60.
2. Бойчук И. В. Система маркетинга підприємства в умовах інтернет-маркетинга. Управління розвитком, №4 (182), 2015. – с. 42-47
3. Ілляшенко Н.С. Організаційно-економічні засади інноваційного маркетингу промислових підприємств : монографія / Н.С. Ілляшенко. – Суми : «Вид-во СумДУ», 2011. – 192 с.
4. Голишева Є.О., Кириченко Т.Б., Коваленко Я.А. Особливості використання інструментів інтернет-маркетингу на підприємстві. YoungScientist №10 (13), 2014. УДК 339.138:659.1. – с.53-56.
5. Павленко І. А. Активізація інноваційного підприємництва в Україні за умов глобальних соціогуманітарних та технологічних викликів / І. А. Павленко, Л. А. Петренко // Економіка підприємства: теорія і практика [Електронний ресурс] : зб. матеріалів VI Міжнар. наук.-практ. конф., 13 жовт. 2016 р. / М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана» ; редкол.: Г. О. Швиданенко (відп. за вип.) [та ін.]. – Електрон. текстові дані. – Київ : КНЕУ, 2016. – С. 51–53.

Деревянко Елена

*доктор экон. наук, профессор кафедры экономики, учета и финансов НУПТ (г.Киев), , сенатор Европейского Экономического Сената, Со-основатель и партнер Агентства PR-Service, Вице-президент Украинской PR-Лиги, Председатель Оргкомитета Международного PR-Фестиваля, Председатель Оргкомитета Национального Рейтинга качества управления корпоративной репутацией «Репутационные АКТИВисты»;
y.derevyanko@pr-service.com.ua*

**СОВРЕМЕННЫЕ ТRENДЫ УПРАВЛЕНИЯ РЕПУТАЦИЕЙ:
МИР И УКРАИНА**

СУЧАСНІ ТRENДИ УПРАВЛІННЯ РЕПУТАЦІЄЮ: СВІТ І Україна

**CONTEMPORARY TRENDS OF REPUTATION MANAGEMENT:
THE WORLD AND UKRAINE**

Аннотация. В наши дни управленческие способы формирования и поддержания нужной компании репутации эволюционируют под влиянием масштабных технологических изменений в глобальной экономике. В большинстве своем современные тренды управления репутацией являются производными от указанных изменений, а также их рефлексией в социальных процессах и психологии индивидов. Автором на основе анализа мировых тенденций выделено десять основных трендов развития управления репутацией и охарактеризованы отечественные проявления этих трендов.

Анотація. В наші дні управлінські способи формування і підтримки потрібної компанії репутації еволюціонують під впливом масштабних технологічних змін в глобальній економіці. Здебільшого сучасні тренди управління репутацією є похідними від зазначених змін, а також їх рефлексією в соціальних процесах і психології індивідів. Автором на основі аналізу світових тенденцій виділено десять основних трендів розвитку управління репутацією і охарактеризовано вітчизняні прояви цих трендів.

Abstract. Nowadays, the managerial ways of forming and maintaining the company's reputation evolve under the influence of large-scale technological changes in the global economy. In the majority of modern trends of reputation management are derived from these changes, as well as their reflection in the social processes and psychology of individuals. The author identified ten main trends in the development of reputation management based on analysis of world trends and characterized the manifestations of these trends in Ukraine.

Репутацие-ориентированная и даже репутацие-центрическая философия ведения бизнеса давно уже является правилом хорошего тона в цивилизованном мире. Еще во времена античных философов, средневековых рыцарей и предпринимателей раннекапиталистического периода устойчивое общественное доверие к личности или организации означало процветание, недоверие – серьезные проблемы. Сегодня в становящемся все более и более прозрачным мире уже вряд ли кто-то будет оспаривать важность репутационных активов. Да, и сама экономика превратилась в экономику доверия.

В наши дни управленческие способы формирования и поддержания нужной компании репутации эволюционируют под влиянием масштабных технологических изменений в глобальной экономике. В большинстве своем современные тренды управления репутацией являются производными от указанных изменений, а также их рефлексией в социальных процессах и психологии индивидов.

Автором на основе анализа мировых тенденций выделено десять основных трендов развития управления репутацией и охарактеризованы отечественные проявления этих трендов:

1. Кастомизация коммуникаций.

Благодаря современным цифровым технологиями и методам обработки BigData появляется реальная (не просто декларируемая, а практически значимая) возможность

достучаться до конкретного адресата и поговорить с ним с учетом его предпочтений и предрассудков.

2. Персонализация доверия

В мире хронических информационных перегрузок и дефицита доверия люди ищут точки опоры. И ими становятся личности (собственники и топ-менеджеры бизнесов, знаменитости), чьи имена прямо ассоциируются с теми или иными корпоративными и продуктовыми брендами.

3. Ангажирование лидеров мнений.

Социальные медиа сделали видимыми большинство существующих лидеров общественного мнения и породили новых. Конечно, не в понимании ЛОМов – экспертов, а просто в понимании громких трансляторов и ретрансляторов тех или иных сообщений. Для компаний их лояльность – значимый фактор коммуникации, а значит, ее добиваются различными методами в диапазоне от убеждения до прямого денежного вознаграждения. Тем самым во многих случаях создавая новые репутационные риски и теряя стратегический вектор PR-работы.

4. Фрагментация информационного пространства

Когда социальные сети стали трибуной для прямой коммуникации лидеров мнений с общественностью, автоматически каждый из них стал мини-СМИ. Которое зачастую во много раз могущественнее обычных СМИ. Теперь прямая речь экспертов и просто популярных резидентов сетей становится информационным поводом для материалов обычных масс-медиа, стремительно теряющих влияние из-за недостаточной гибкости, несвоевременной финансовой модели и фактора влияния бенефициара на редакционную политику.

5. Гражданская и экспертная журналистика

По мере снижения авторитета традиционных СМИ лучшие журналисты ищут новые сферы приложения усилий и пути карьерного роста. В результате лучший контент формируется авторами-колумнистами или готовится сугубо из экспертных мнений, без значимого присутствия журналистского взгляда. Отечественная тенденция трансформации политиков и бизнесменов в телеведущих – частное проявление общей тенденции (разумеется, помимо очевидных личных целей тех или иных персон). Фактически профессиональная журналистика во многом уступила позиции гражданской, в том числе экспертной.

6. Медийные спецпроекты, платный контент

Из-за финансовых проблем традиционных СМИ и ухода профессиональных кадров наиболее качественный контент (что парадоксально, но закономерно) является или экспертным (см. п. 5) или платным. Нативная реклама, специальные проекты, немаркированные advertorials, субъективные материалы без соблюдения стандартов журналистики, публикуемые за счет внешних коммерческих и некоммерческих доноров, стали нормой жизни для многих масс-медиа. Причем как СМИ с историей, так и вновь возникающих и декларирующих приверженности высоким этическим стандартам.

7. «Теневые» социальные медиа (мессенджеры и др.)

«Темный» сегмент социальных медиа растет стремительно. Часть пользователей, разочаровавшись в контенте лент соцсетей выбирает нишевые тематические каналы мессенджеров и возвращается к электронной почте, чтобы эффективнее использовать время.

8. Искусственный интеллект уже здесь

Чат-боты в корпоративных коммуникациях – это первое фактическое пришествие искусственного интеллекта в PR-индустрию. В ближайшей перспективе мы увидим использование AI (ArtificialIntelligence) при выполнении различных суб-бизнес-процессов управления репутацией.

9. Внутренние коммуникации в фокусе внимания

Увеличение прозрачности бизнес-среды и развитие социальных медиа всех типов закономерно заставляет компании обращать больше внимания на внутренние коммуникации. Сотрудник может быть как послом бренда, так и его разрушителем-детрактором – все зависит от того, насколько корректно выстроено общение с ним. Отсюда и серьезное внимание к корпоративным СМИ, и другие формы работы с персоналом на стыке HR и PR-практик.

10. Стратегическая эффективность не менее значима, чем финансовая

Хотя по-прежнему от PR-команд требуют работать на основе сугубо количественных KPI и подсчитывать PR Value, все чаще раздаются голоса в защиту здравого смысла. При современном сложном информационном пространстве очень важно следить, чтобы достижение

количественных PR-целей не мешало поддержанию долгосрочной стабильности репутации и стратегически значимого для бенефициаров позиционирования.

Література

1. Дерев'янюк О. Г. Управлінські аспекти забезпечення антикрихкості репутації підприємства / О. Г. Дерев'янюк // Вчені записки : зб. наук. пр. / М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана»; [редкол.: А. Ф. Павленко (відп. ред.) та ін.]. – Київ : КНЕУ, 2014. – Вип. 16. – С. 74–80. <http://ir.kneu.edu.ua:8080/handle/2010/12195>

УДК 33.338

Павленко Олександр
асистент кафедри економічної кібернетики та маркетингу
ДВНЗ «Київський національний університет технологій та дизайну»,
oleksandr.pavlenko@hotmail.com

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ ЦЕЛИ УНИВЕРСИТЕТА

СТРАТЕГІЧНІ МАРКЕТИНГОВІ ЦІЛІ УНІВЕРСИТЕТУ

STRATEGIC MARKETING OBJECTIVES OF THE UNIVERSITY

Аннотация. В статье обобщены результаты авторского исследования и сформулированы стратегические маркетинговые цели отечественного университета: разработка и запуск кампании продвижения бренда / ребрендинг, которая повысит узнаваемость университета в целом, а также всех его факультетов / подразделений; внедрение маркетинговых стратегий, которые будут нацелены на ключевые внутренние и внешние аудитории для повышения их осведомленности о деятельности университета; активизация усилий по позиционированию университета как признанного на национальном (международном) уровне инновационного академического вуза, который фокусируется на уникальных программах, ориентированных на студентов и аспирантов; повышение информированности бизнес-сообщества о профессиональных навыках университета (преподавателей) по обучению студентов; повышение осведомленности бизнес-сообщества о программах обучения в университете и о том, как они могут использовать университет в качестве партнера по своим программам обучения.

Анотація. У статті узагальнені результати авторського дослідження і сформульовані стратегічні маркетингові цілі вітчизняного університету: розробка і запуск кампанії просування бренду / ребрендинг, яка підвищить впізнаваність університету в цілому, а також його факультетів / підрозділів; впровадження маркетингових стратегій, які будуть націлені на ключові внутрішні та зовнішні аудиторії для підвищення їх обізнаності про діяльність університету; активізація зусиль щодо позиціонування університету як визнаного на національному (міжнародному) рівні інноваційного академічного вузу, який фокусується на унікальних програмах, орієнтованих на студентів і аспірантів; підвищення інформованості бізнес-спільноти про професійні навички університету (викладачів) з навчання студентів; підвищення обізнаності бізнес-спільноти про програми навчання в університеті і про те, як вони можуть використовувати університет в якості партнера по своїх програмах навчання.

Abstract. The article summarizes the results of the author's research and formulated the strategic marketing goals of the domestic university: the development and launch of a brand promotion / rebranding campaign that will increase the recognition of the university as a whole, as well as all its faculties / divisions; implementation of marketing strategies that will target key internal and external audiences to increase their awareness of the university's activities; activation of efforts to position the university as an innovative academic institution recognized at the national (international) level, which focuses on unique programs aimed at students and graduate students; raising the awareness of the business community about the professional skills of the university (teachers) in training students; raising the awareness of the business community about university programs and how they can use the university as a partner in their training programs.

Маркетинговая стратегия призвана подчеркнуть отличительные черты учебных программ, которые делают университет уникальным. Предполагается, что определенные подразделения университета будут играть ключевую роль в реализации маркетинговой стратегии как непосредственно взаимодействующие со стейкхолдерскими аудиториями и занимающие ключевые позиции в университете.

Заявление о бренде - это основа, на которой строится большая часть стратегического маркетингового плана университета. При его обосновании важно проанализировать текущее отношение - доверие стейкхолдеров к университетскому бренду, с позиции целесообразности его дальнейшего развития / ребрендинга.

Заявленная в маркетинговой стратегии миссия должна соответствовать профилю университета. Для образовательного вуза актуальной может быть следующая формулировка: миссия университета состоит в том, чтобы способствовать усвоению программ и успеваемости студентов на каждом академическом уровне, а также обеспечивать образовательный и личностный рост студентов благодаря инновационным учебным программам и ресурсам университета. Для достижения миссии высококвалифицированные преподаватели и сотрудники университета создают возможности для студентов на местном и глобальном уровне, учат учиться, критически мыслить и нарабатывать лидерские качества.

Проанализировав текущую ситуацию в отечественных университетах, констатируем: текущие маркетинговые усилия сосредоточены на удержании студентов, разработке учебных программ и, в меньшей степени, на налаживании партнерских отношениях с другими образовательными учреждениями (в формате конференций, конкурсов, олимпиад).

Мониторинг проблем, путем групповых обсуждений с администрацией, преподавателями, студентами и выпускниками позволил прийти к выводу о такой типичной проблеме, как общий недостаток знаний об университете, который включает низкое понимание особенностей его образовательных программ.

На повестке дня отечественного вуза - повышение национальной и международной репутации университета путем внедрения высококачественных, инновационных программ обучения. Для достижения этой цели нужны дополнительные финансовые ресурсы, источниками которых могут стать спонсорство и гранты (подчеркнем, что украинские вузы пока только осваивают данный сегмент источников финансирования). И актуальна долгосрочная, скажем, десятилетняя кампания по повышению осведомленности общества (стейкхолдеров) о деятельности университета, стратегия продвижения.

Реализовать вышесказанное возможно путем ведения целенаправленной информационно-пропагандистской кампании, сохраняя при этом постоянный акцент на внутренней стратегической коммуникации: констатируем распространенную проблему низкого доверия студентов к собственному университету и, соответственно, необходимости повышения репутации последнего. Университеты, как правило, больше делают, чем говорят о своих активностях, это общая маркетинговая проблема больших украинских вузов. Т.е. необходимо повышать осведомленность о роли, которую играет университет в жизни студента, с его самого первого дня в университетском городке до окончания обучения.

Обобщая выше сказанное, сформулируем основные стратегические маркетинговые цели отечественного университета:

1. Разработка и запуск кампании продвижения бренда / ребрендинг, которая повысит узнаваемость университета в целом, а также всех его факультетов / подразделений.

2. Внедрение маркетинговых стратегий, которые будут нацелены на ключевые внутренние и внешние аудитории для повышения их осведомленности о деятельности университета.

3. Активизация усилий по позиционированию университета как признанного на национальном (международном) уровне инновационного академического вуза, который фокусируется на уникальных программах, ориентированных на студентов и аспирантов.

4. Повышение информированности бизнес-сообщества о профессиональных навыках университета (преподавателей) по обучению студентов.

5. Повышение осведомленности бизнес-сообщества о программах обучения в университете и о том, как они могут использовать университет в качестве партнера по своим программам обучения.

Реализация каждой из перечисленных стратегических целей требует выполнения ряда действий, которые мы, по причине ограничений относительно объемов данной публикации, обозначим точно.

Так, в частности, для кампании брендинга университета необходимо создать теглайн, подкрепив его визуальным изображением. В последствии данный теглайн будет использоваться во всех маркетинговых кампаниях и всех ссылках на университет, поэтому он должен быть коротким, прямым и выразительным. Необходимо создать (либо же проанализировать, пересмотреть существующее) визуальное изображение, которое будет использоваться как марка бренда университета во всех брошюрах, публикациях, на веб-сайте, в социальных сетях, рекламных материалах и т. д.

В рамках реализации цели №2 – повышения осведомленности университета среди внутренних и внешних аудиторий – можно, например, запустить ежеквартальную публикацию цифрового журнала, предназначенную для популяризации университетских «историй успеха», продвижения преподавателей, сотрудников, студентов и выпускников университета. Материалы публикаций будут писаться студенческими репортерами, факультеты смогут предлагать сюжетные идеи либо предоставлять написанные статьи. Полезным может быть создание серии видеороликов, в которых рассказывается о программах университета, а также о преподавателях и администрации. Видео можно размещать на университетском канале YouTube, избранные видео ежеквартально публиковать на своем веб-сайте. Также необходим запуск студенческой кампании в социальных сетях, чтобы повысить осведомленность о предложениях, событиях и достижениях университета. Для наглядности достижений университета полезно будет создавать ежегодный отчет, размещать его в открытом доступе и распространять в виде ссылки среди администрации, преподавателей, студентов.

Для достижения цели №3 рекомендуется создать кампанию по повышению осведомленности об инновационных программах университета путем публикации информационных статей, ориентированных на студентов электронных публикаций в рейтинговых интернет-изданиях. Для повышения узнаваемости программ обучения можно зарегистрировать наиболее перспективные из них как торговые марки и работать над превращением их в образовательные бренды. Для продвижения полезно будет создать и поддерживать список преподавателей и сотрудников университета, которые готовы выступить по разным темам «внеклассных» лекций, далее распределить ораторов по направлениям, в соответствии с картой внешних стейкхолдеров университета. Для контроля эффективности собственных усилий рекомендуем использовать инструмент GoogleAnalytics, позволяющий отслеживать посещаемость веб-сайтов и активность ссылок, а также веб-трафик, демографические данные аудитории и т.д.

В соответствии с целью №4 необходимо повысить осведомленность бизнес-сообщества о профессиональном уровне выпускников и преподавателей университета. Для этого можно разрабатывать программы корпоративного доступа к студенческим талантам. Внедрять такие программы можно через недавних выпускников, сохранивших связи с университетом. Предоставление таким выпускникам возможности участвовать в новой образовательной программе будет служить методом укрепления отношений университета с бизнесом.

В рамках повышения осведомленности бизнес-сообщества о возможностях университета как бизнес-партнера перспективным видится расширение партнерских программ с целевыми компаниями, в т.ч. в направлении увеличения в числе последних представителей узнаваемых брендов мирового уровня. С другой стороны, достижению стратегических целей университета будет способствовать и укрепление связей с местными предприятиями, локальным бизнесом, способствующее росту доверия к университету со стороны общественности на местах.

Література

1. Павленко О. В. Розвиток ринку освітніх послуг ВНЗ: актуальні тренди та прогнози / Павленко Олександр Вадимович // Стратегія економічного розвитку України : зб. наук. пр. / М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана»; редкол.: В. А. Верба (голов. ред.) [та ін.]. – Київ : КНЕУ, 2017. – Вип. 41. – С. 89–98.

**THE ECONOMIC ESSENCE OF INNOVATION POTENTIAL IN TERMS OF
RESOURCE AND PROCESS APPROACHES
ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ З ПОЗИЦІЇ
РЕСУРСНОГО ТА ПРОЦЕСНОГО ПІДХОДІВ
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА С
ПОЗИЦИИ РЕСУРСНОГО И ПРОЦЕССНОГО ПОДХОДОВ**

Abstract. The economic essence of the innovation potential is explained in the article, the factors of its formation, the features of its development, as well as the peculiarities of the influence of the innovative potential on the economic activity of enterprises are determined. In the article, the potential is considered from the standpoint of the resource approach (as a resource system), and from the viewpoint of the process approach, i.e. implementation of various innovative strategies by the enterprise.

Анотація. В роботі пояснена економічна сутність інноваційного потенціалу, визначено чинники його формування, особливості його розвитку, а також особливості впливу інноваційного потенціалу на економічний розвиток підприємств. У статті потенціал розглядається з позицій ресурсного підходу (як система ресурсів), а також з позиції процесного підходу, тобто реалізації підприємством різних інноваційних стратегій.

Анотация. В работе объяснена экономическая сущность инновационного потенциала, определены факторы его формирования, особенности его развития, а также особенности влияния инновационного потенциала на экономическую деятельность предприятий. В статье потенциал рассматривается с позиций ресурсного подхода (как система ресурсов), а также с позиции процессного подхода, т.е. реализации различных инновационных стратегий предприятием.

Market conditions require that domestic enterprises constantly compete on the market and be competitive by developing effective development strategies. The global market, European integration forces Ukrainian enterprises to modernize their activities, adapt to international standards, and compete in the global market.

The efficiency of an enterprise's activities and development depends on the level of utilization of their innovation potential, which enables them to correctly formulate a strategy of action for gaining, strengthening or maintaining a position on the market.

In the world economic literature, there is no definite definition of the concept of "innovative potential" as it is in constant development and complemented by certain aspects. Innovation potential is central to the adaptation of strategic decisions of any economic organization, because it denotes all possible aspects of the use of existing and hidden resources of the enterprise with the external environment.

The term "potential" itself derives from the Latin word "potentia", which in translation means power, power or power. The reproduction potential should be understood as the totality of material, technical, intangible, financial and other capital resources that are at the disposal of the enterprise or may be additionally involved and used for simple or extended reproduction of factors of production and other components of the potential of the enterprise.

The Austrian scientist Joseph Schumpeter defined innovation as a new scientific and organizational combination of the use of production factors, which was motivated by entrepreneurial spirit. Schumpeter belongs to the first attempt to classify innovation. He distinguished five types of innovations: the production of a new product or product with qualitatively new properties; the introduction of a new means of production, based on a new scientific discovery or a new approach to the

commercial use of products; application of new materials; development of a new market for a certain industry of the country; the introduction of new organizational forms [4].

Innovation potential of an organization is a measure of its readiness to perform tasks that ensure achievement of the set innovative goal, that is, degree of readiness for implementation of a project or program of innovative strategic changes. It is thanks to the innovative potential that the organization can react promptly to changes in the external environment, making the necessary changes to its internal environment. Therefore, assessment of innovative potential is a necessary operation of the process of developing a strategy [1].

Resources Required for Innovation:

- availability of highly skilled specialists—scientists, engineers, innovators, system organizers, inventors, etc.;

- availability of material and technical base – equipment, information and communication systems, provision of necessary materials, reagents, laboratory, office equipment;

- provision of scientific information and information on innovations and innovation activities in the country and abroad: scientific and technical literature, literature on patents, inventions, new technology—intensive technologies;

- the availability of financial resources that provide innovation activities in the long run, the implementation of targeted programs and projects, and the cost of research and development [2].

To analyze the innovation potential, the enterprise can conduct diagnostics by way of the number of ideas for the period to the number of ideas on average per year, the number of innovations to the average indicator, the speed of creating a new product, the speed of the organization's affiliation under a new management system, or software, the number of scientific developments, level equipment level, level of education of technological personnel, level of education of managerial staff, level of equipment novelty, level of automation, level of product shortage, ratios embodied ideas to the total, analysis of the number of projects, and so on. The software for monitoring, fixing and controlling deviations allows you to quickly react, eliminate, or punish a particular process. Any kind of investment, marketing, intellectual, financial or resource, aimed at creating or supporting innovation, should be monitored by managers through various departments and programs, modeling and formalizing ideas will give organizations the ability to create projects that in turn can turn into an innovative product.

Innovative strategy is one of the means to achieve the goals of the organization, which differs from other means by its novelty, primarily for this organization, for the market sector, consumers, the country as a whole [3].

There are the following types of innovative strategies:

- The offensive strategy

- The strategy of protection

- Simulation strategy

- Dependent strategy

- Opportunity strategy, or niche strategy [1].

It is very important for Ukrainian companies to pursue innovation policy, stimulate innovation potential, technical re-equipment, technical and technological restructuring, standardization of production to world standards, implementation of effective resource utilization policies, introduction of new control systems, software control systems, monitoring of all processes on all branches of production in order to implement further managerial decisions aimed at shortening the shortage of goods, to reduce the wicket to save money, thereby increasing profits and the level of competitiveness in the world. In the times of globalization, integration and normal business activities between countries, organizations should aim to implement all possible actions to enhance their competitive edge. The element of innovation potential is managerial decisions and actions of managers in the generation of ideas in the production, logistics, marketing and other functional aspects of the company. To enhance the innovation potential, the organization must implement new management and control systems. From the side of the state it is necessary to create an infrastructure in the form of changes in legislation, increase of state expenses on research work, attraction of investments in innovative projects, assistance in establishing communication between scientific and commercial organizations, creation of industrial parks, and so on.

References

1. Fedulova L.I. Management of organizations: a textbook for the studio. higher educators shut up / L.I.Fedulova [and others]; comp. Ed. L. I. Fedulova. – K.: Lybid, 2004. – 448 pp. 154 p.
2. Innovative Management: Teaching. manual. Krasnokutskaya N.V. – K. : KNEU, 2003. – 504 from 243 p.
3. Krasnokutskaya N.V. Innovation Management Tutorial. – K. : KNEU, 2003. – 504 p. 260 p.
4. Schumpeter I. Theory of Economic Development: Investigation of Enterprise Profit, Capital, Credit, Percent and Circumstance / I. Schumpeter. – M.: Progress, 1982. – 257 pp.
5. ПетренкоЛ.А. Інноваційнепідприємництво як наукова категорія / Л.А. Петренко, І. А. Павленко // Інвестиції: практиката досвід. – 2014. – № 16. – С. 12-15. http://www.investplan.com.ua/pdf/16_2014.pdf#page=12